

LUKEMISEN TAVAT

Juha Herkman & Eliisa Vainikka

LUKEMISEN TAVAT

Lukeminen sosiaalisen median aikakaudella

Copyright ©2012 Tampere University Press ja tekijät

Myynti

Tiedekirjakauppa TAJU

Kalevantie 5

PL 617

33014 Tampereen yliopisto

puhelin 040 190 9800

fax 03 215 9009

taju@uta.fi

www.uta.fi/taju

<http://granum.uta.fi>

Taitto

Maaret Kihlakaski

Kansi

Mikko Reinikka

ISBN 978-951-44-8924-2

ISBN 978-951-44--8925-9 (pdf)

Tampereen Yliopistopaino Oy – Juvenes Print
Tampere 2012

Sisältö

Kiitokset	7
1. JOHDANTO	9
Kustannusala murroksessa	13
Muuttuvat mediasukupolvet	22
Mediaympäristön muutos ja ”uusi” lukeminen	27
Lukemistutkimuksia meillä ja muualla	30
2. LUKUTAITO, LUKEMINEN JA YHTEISÖLLISYYS ..	35
Lukeminen sosiokulttuurisena taitona	37
Multimodaaliset tekstit	40
Lukeminen sosiaalisena toimintana	43
Yhteisö ja yhteisöllisyys	47
Postmoderni yhteisön katoaminen	49
Verkkoyhteisöt tai virtuaaliset yhteisöt	53
Yhteisöllisyyden monet ulottuvuudet	56
Uudet lukemisen tavat ja yhteisöt	59
3. LUKEMISEN TAVAT	63
Internet suosituin media	67
Painotuotteita arvostetaan	73
Suosikkikirjat muuttuneet	77
Pelaaminen jakaa porukkaa	80
Elämäntilanne määrittää mediankäyttöä ja lukemista	82
Mistä luettava hankitaan?	85
Painetut ja sähköiset tekstit	87
Lukemiseen sosiaalistuminen	94

Mediankäytön ja lukemisen rutiinit	97
Oman materiaalin tuotanto tekstikäytännönä	102
4. LUKEMISEN YHTEISÖLLISYYS	109
Kasvokirjan näyteikkuna	110
Muut verkkoyhteisöjen muodot	114
Lukemisen muodot ja yhteisöt	118
Uudet lukemisyhteisöt	121
5. LUKIJATYYPIT JA -SUKUPOLVET	128
Nuoret aikuiset internetin käyttäjinä	130
Lukijatyyppit	135
Mediasukupolvet liikkeessä	140
6. LUKEMISEN TULEVAISUUS	143
Lukemisen muutokset	146
Lukemisen jatkuvuudet	147
Lukeminen 20.20: realistinen skenaario	152
Kirjallisuus	161
Liitteet	172

KIITOKSET

Käsillä oleva kirja pohjautuu Helsingin Sanomain säätiön rahoittamaan tutkimushankkeeseen ”Uudet lukemisyhteisöt – uudet lukutavat” (2010–2012), jonka toteuttajana toimi Tampereen yliopiston Journalismin, viestinnän ja median tutkimuskeskus COMET. Monipuolisesti muuttuvaa mediaympäristöä tutkiva COMET tarjosi hyvät puitteet tutkimuksen tekemiselle. Kiitämme Helsingin Sanomain säätiötä, Uudet lukemisyhteisöt -projektin johtajaa professori Mikko Lehtosta, COMETin tutkimusjohtajaa Pentti Raittilaa ja toimistosihiteeri Tiina Tuomaista resursseista ja työympäristöstä, jotka mahdollistivat tämän kirjan kirjoittamisen.

Uudet lukemisyhteisöt -projektin ohjausryhmä kokoontui säännöllisesti ja kommentoi tutkimushanketta ja raporttien käsikirjoituksia. Lehtosen lisäksi ryhmään kuuluivat Suomen kansalliskirjaston ylikirjastonhoitaja Kai Ekholm, teollisuusneuvos Heikki Huhtanen, professori Minna-Riitta Luukka Jyväskylän yliopistosta sekä professori Frans Mäyrä Tampereen yliopistosta. Lisäksi ryhmän kokoontumisiin osallistui muutaman kerran Suomen Lontoon instituutin johtaja Raija Koli sekä kerran vierailevana kommentoijana Viestinnän keskusliiton

kehitysjohtaja Helene Juhola, joka on myös sähköiseen lukemiseen liittyvän eReading tutkimus- ja kehityshankkeen johtaja.

Kirjan käsikirjoituksen ensimmäistä versiota kommentoi myös kirjamarkkinoiden tutkija ja tilastoasiantuntija Yrjö Repo, jonka asiantuntemus auttoi kirjan kehittämisessä. Niin ikään kustantajan hankkiman nimettömän refereen lausunto oli kullanarvoinen käsikirjoituksen edistämässä. Kiitämme lämpimästi kaikkia kirjan mahdollistaneita ja muokkaamisessa auttaneita! Kiitokset myös kaikille tutkimukseemme osallistuneille sekä sen toteuttamisessa avustaneille opiskelijoille.

Tampere University Press tarjosi mahdollisuuden julkaista kirjan. Kansalliskirjasto tarjosi työtilan kirjan toiselle kirjoittajalle syksystä 2011 kevääseen 2012.

10.9.2012

Juha Herkman ja Eliisa Vainikka

I. JOHDANTO

Eksyn myös Iltalehden sivuilla lukemaan paria eri blogia. Niissä ei nouse esiin mitään kiinnostavaa, joten jatkan matkaani Nelliinan vaatehuone -blogiin. Käyn tarkistamassa blogin yleensä kerran viikossa. Se on sisällöltään kevyttä hömppää, mutta kirjoittaja on jostain syystä mielenkiintoinen ja jaksan selailla blogin arkistoja vaikka useammankin tunnin, jos on aikaa.

(Mediapäiväkirjan pitäjä, nainen 24 v.)

Yksi maailman arvostetuimmista sanomalehdistä *The New York Times* huomasi vuonna 2011 olevansa varaton: mainostajat olivat siirtyneet nettiin ja talouslama kuristi muutenkin media-alan nyörejä. Lehti oli jo jokusen vuoden ollut eturintamassa kehittämässä sähköisiä toimintamalleja, mutta liiketoiminnan näkökulmasta ne eivät vielä tuottaneet läheskään samassa määrin kuin perinteinen paperille painettu lehti aikaisemmin. *The New York Times* oli vain yksi esimerkki yhdysvaltalaisesta lehdistöstä, jonka vaikeudet syvenivät vuoden 2008 laman ja sosiaalisen median suosion myötä. Myös erilaisten sähköisten

lukulaitteiden leviäminen söi lisääntyvällä vauhdilla painotuotteiden levikkejä uudella mantereella.

Yhdysvalloissa lehdistön alamäki alkoi jo 1950-luvulla, kun televisio valtasi alaa mediamarkkinoilla – tosin kilpailutilanteen vaikiinnuttua 1960-luvulla alkoi Yhdysvalloissa jälleen lehtilevikkien uusi kasvu, joka katkesi vasta 1990-luvun alussa ja taittui syöksykierteeksi 2000-luvulla. Atlantin takaista tilannetta ei voi suoraan rinnastaa Pohjolan perämaille, jossa lehdistön asema ei juuri television tulosta horjunut 1900-luvun jälkipuolella. Suomessa lehtien talous ei ole riippunut ainoastaan irtonumeromyynnistä ja mainonnasta, koska suuri osa sanomalehdistä on perustanut toimintansa tilausmyyntiin. Muutenkin mediamarkkinat ovat Pohjoismaissa ja monissa Euroopan maissa melko erilaiset kuin Yhdysvalloissa, jossa kaupallinen ja markkinalähtöinen toiminta on ollut kaiken perusta. Pohjoismaissa sähköistä viestintää on perinteisesti hallinnut julkisesti rahoitettu yleisradiotoiminta, ja myös kustannusalan markkinoita on säännelty monenlaisten valtiollisten tukien avulla (ks. Hallin & Mancini 2004).

Vaikka Suomea ei voi suoraan rinnastaa Yhdysvaltoihin, samantyyppiset tuulet puhaltavat myös paikallisessa kustannusmaailmassa. Atlantin ja Kölivuoriston ylitykset hiukan heikentävät tuulten voimaa ja vaikutuksia, jotka näkyvät Itämeren rantamilla viiveellä, mutta ainakin kustannusala itse on kokenut monenlaisia turbulensseja 2000-luvun alussa. Puoluepohjainen lehdistö muuttui 1980–1990-lukujen aikana pääosin markkinalähtöiseksi toiminnaksi, jossa lehdet ketjuuntuivat suurten – usein pörssinoteerattujen – konsernien osaksi. Kilpailun kiristytessä monet sanomalehdet ovat trimmanneet organisaatioitaan ja pienentäneet sivukokoaan perinteisestä broadsheetista tabloidiksi, joka ennen tunnettiin lähinnä iltapäivälehtien formaatina. Aiemmin varsin kansallinen kustannusala on kansainvälistynyt, kun erityisesti ruotsalainen Bonnier on rantautunut suomalaiseen aikakauslehtien ja kirjojen kustantamiseen ja omisti vuonna 2012 kaksi maamme perinteikkäimmistä kirjataloista: WSOY:n ja Tammen.

Muutokset kertovat kansallisen mediajärjestelmän yleisemmistä muutoksista kohti markkinalähtöistä ja liberaalia suuntaa, jonka esikuvana Yhdysvaltoja usein pidetään (ks. Herkman 2009; Hallin & Mancini 2004). Samalla kun mediamarckkinat ovat avautuneet, perinteinen kustannusala on herkistynyt kilpailun kääntöpuolille. Vaikka Suomessa lehtien jakelu perustuu pitkälti tilausmyyntiin, 2000-luvulla myös Suomessa yli puolet sanomalehtien tulovirroista on ollut peräisin mainonnasta ja vain noin 45 prosenttia niiden tuotoista on tullut lehtitilauksista ja irtonumeromyynnistä. Vuoden 2008 talouskriisi romahdutti kuitenkin ilmoitustuloja siinä määrin, että 2010-luvun taitteessa tilausten ja irtonumeromyynnin osuus on ollut lehtien tuloista yli puolet. (Tilastokeskus 2011, 59.) Levikkien laskiessa ala on siten taloudellisille suhdanteille entistä herkempi.

Kirjakustantaminen on ollut Suomessa historiallisesti lehtikustantamistakin vakaammalla pohjalla. Julkaistujen kirjojen nimikemäärät ja myynnin arvo jatkoivat nousuaan vielä 2000-luvun alussa, vaikka lehtien levikit ja lukijamäärät laskivat. 2010-luvulle tultaessa kuitenkin myös kirja-alalla julkaistujen nimikkeiden määrät kääntyivät laskuun ja myynnin arvo pienentyi. Kustannusyhdistyksen tilastojen mukaan myytyjen kirjojen määrä alkoi laskea vuonna 2006, mutta vasta vuonna 2008 myynnin arvo alkoi näyttää laskevaa tulosta, mikä havahdutti kustantajat (Kustannus 2012). Kirjastolaitoksen tilastot kertoivat samaa tarinaa. Kunnallisen kirjaston lainausmäärät kääntyivät vuonna 2004 ensimmäisen kerran historiansa aikana laskuun (Alanen 2011). Hälyttävintä kirjakustantajien näkökulmasta on ollut niiden kivijalan oppi- ja tietokirjallisuuden nimikemäärien ja myynnin selvä vähentyminen. Kaunokirjallisuuden markkinoissa ei sen sijaan tällaisia muutoksia vielä näkynyt.

Tässä kirjassa tarkastellaan, minkälaista on suomalaisten lukeminen 2010-luvun alussa ja mihin suuntaan se on todennäköisesti menossa kymmenen vuoden kuluessa, kun kustannusala kilpailee internetin ja sosiaalisen median kanssa kuluttajien huomiosta. Päähuomio on nuorten aikuisten lukemisen tavoissa, mutta kirjassa sivutaan

myös heitä nuorempien ja vanhempien lukemisen ja mediankäytön tottumuksia. Näkökulma tukeutuu mediasukupolven käsitteelle. Sen mukaan sukupolvia yhdistää ja erottaa myös mediateknologia ja -maisema, joiden parissa sukupolvi on varttunut lapsuuden ja nuoruuden herkkyyssvaiheissa (ks. Herkman 2010).

Kirja pohjautuu Helsingin Sanomain säätiön rahoittamaan tutkimushankkeeseen ”Uudet lukemisyhteisöt, uudet lukutavat”, joka toteutettiin Tampereen yliopistossa vuosina 2010–2012. Hankkeessa selvitettiin erityisesti 18–30-vuotiaiden suomalaisten mediankäyttöä ja lukutottumuksia kyselytutkimusten, mediapäiväkirjojen, teema-haastattelujen ja fokusryhmähaastattelujen avulla. Lukemisen kohteiden ja tapojen lisäksi tutkimuksissa selvitettiin lukemiseen sosiaalistumista ja lukemisen yhteisöllisyyttä. Nuo tutkimukset on avattu yksityiskohtaisesti hankkeen raportissa (Herkman & Vainikka 2012). Tässä yhteydessä keskitytään yleisemmin lukemisen tematiikkaan ja pohditaan myös lukemisen teoriassa ja ymmärryksessä tapahtuneita muutoksia. Jokaisen luvun alussa on kuitenkin sitaatteja tutkimuksemme aineistoista.

Kirjan alussa selvitetään suomalaisten lukemiseen liittyvää viitekehystä: kustannusalan muutoksia ja mediasukupolvia erityyppisinä lukijoina. Tämän jälkeen siirrytään teoreettisempiin pohdintoihin lukemisen uudenaikaisesta tutkimuksesta ja jäsentämisestä. Tässä niin sanotussa sosiokulttuurisessa lukemiskäsityksessä lukeminen ymmärretään yhteisölliseksi ja vuorovaikutteiseksi toiminnaksi, joka liittyy enenevässä määrin internetin ja muiden viestinnällisten mediaympäristöjen sosiaaliseen käyttöön. Kirjan keskivaiheilla avataan yksityiskohtaisemmin lukemiseen liittyvää empiiristä tutkimusta, jossa pääaineiston muodostavat edellä mainitut ”Uudet lukemisyhteisöt, uudet lukutavat” -hankkeen tutkimukset. Näitä tekemiämme tutkimuksia vertaillaan jatkuvasti muihin suomalaisiin ja kansainvälisiin lukemistutkimuksiin. Lukemisen kohteiden, tapojen ja lukemiseen sosiaalistumisen lisäksi huomiota kiinnitetään erityisesti lukemisen yhteisöllisyyteen ja sähköisten julkaisujen rooliin lukemisessa. Kirja

päättyy yhteenvedoon siitä, minkälaisia lukijoita suomalaiset ovat 2010-luvun alussa, ja skenaarioon siitä, mihin suuntaan lukeminen on muuttumassa vuosikymmenen loppua kohti mentäessä.

Kustannusala murroksessa

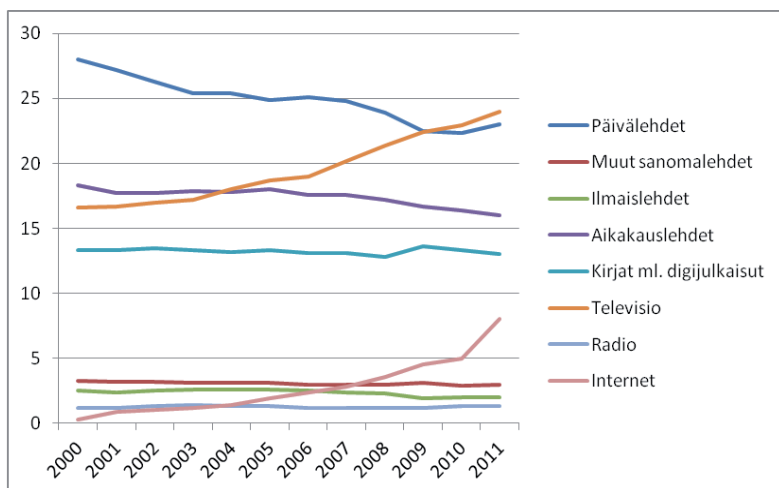
... kyllä mää ite nykysellään sekä irkkaan että luen uutisia netistä, katon YouTubesta videoita kännykällä. Sillon ku täytyy odottaa hammaslääkärin odotushuoneessa, mul ei oo muuta tekemistä, niin en mä ota sitä lehteä siitä pöydältä, vaan mä otan kännykän esiin ja haen netistä vaikka päivän uutiset.
(Fokusryhmähaastateltava, mies 24 v.)

Suomalaisten lukemisympäristö on muutoksessa, jollaista se ei ole nähnyt sataan vuoteen. Edes television leviäminen suomalaisiin kotitalouksiin ei vaikuttanut ihmisten lukemistottumuksiin samassa määrin kuin internetin leviäminen 2000-luvulla (vrt. Eskola 1979; 1990). Muutokset eivät ole olleet yhtäkkisiä, mutta selvä käänne on tapahtunut 2000-luvun alussa. Käänne näkyy monissa kustannusalan ja lukemisen indikaattoreissa.

Taulukko 1.1 Suurimpien päivä- ja yleisaikakauslehtien levikit vuosina 2000, 2005 ja 2010 (Lähde: Levikintarkastus Oy)

	2000	2005	2010
Helsingin Sanomat	446 972	430 785	383 361
Ilta-Sanomat	214 610	195 673	150 351
Aamulehti	133 779	136 743	131 539
Turun Sanomat	114 086	111 547	107 199
Ilta-lehti	126 368	130 290	107 052
Aku Ankka	273 434	310 086	306 555
ET-lehti	253 669	266 525	237 265
7 Päivää	235 273	264 067	211 707
Valitut Palat	230 707	225 952	187 404
Kodin Kuva-lehti	170 949	180 886	174 710

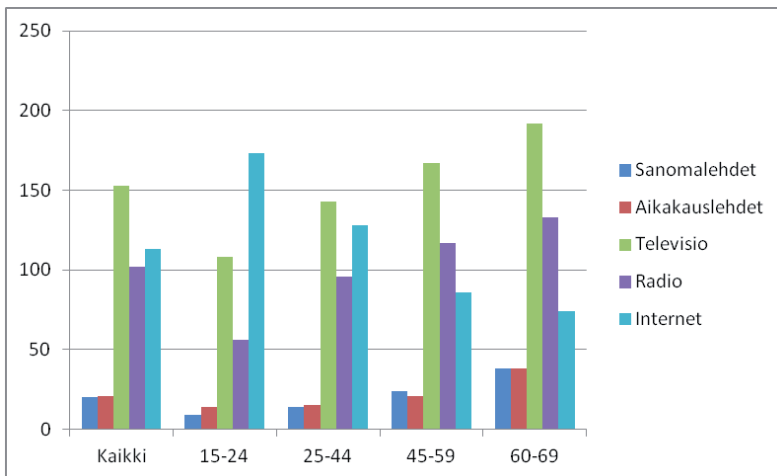
Suomalaisten painotuotteiden nimikemäärät kasvoivat järjestelmällisesti 1900-luvun loppuun asti. Sanomalehtien nimikemäärät kääntyivät laskuun jo 1980-luvulla, kun alaa ravisutti rakennemuutos, jossa poliittinen valtion tukema lehdistö menetti ja kaupallinen lehdistö vahvisti asemiaan markkinoilla (ks. Jyrkiäinen 1994). Myös tietokoneiden ja internetin tulo koteihin 1990-luvun puolivälissä heilauttelivat vuosittain julkaistavien painotuotteiden määriä. Vuosina 2000–2010 sanomalehtien kokonaislevikki laski Suomessa 16 prosenttia ja aikakauslehtien yhteislevikki vastaavasti yhdeksän prosenttia. Suurten sanomalehtien osalta lasku on ollut paria poikkeusta lukuun ottamatta varsin säännönmukaista. Aikakauslehtien levikeissä on ollut enemmän nimikkeeseen ja ajankohtaan liittyvää vaihtelua. (Tilastokeskus 2012, 62–65, 84–88.)



Kuvio 1.1 Eri viestinten osuus (%) Suomen mediamarkkinoista 2000–2011
(Lähde: Tilastokeskus)

Muutos ei kuitenkaan vähentänyt lehtien lukemista, joka jatkoi kasvuaan vuosituhatlukuun saakka. 1900-luvun loppupuolella kasvu oli suurinta aikakauslehdissä, jonka nimike- ja lukijamäärät kasvoivat häkellyttävällä tavalla (Tilastokeskus 2002). Kirja-ala ei jäänyt siitä juuri jälkeen. Suomessa julkaistujen kirjojen nimikemäärä kasvoi järjestelmällisesti 2000-luvun alkuvuosina. Myös kirjamyynnin arvo kasvoi tasaisesti vuoteen 2008 asti. (Tilastokeskus 2010, 155–158.) Vuodessa julkaistujen nimikkeiden määrä kääntyi laskuun vuonna 2006. Kirjamyynnistä saatava tuotto ei kuitenkaan pienentynyt kuin vasta vuonna 2008. Kustantajien kannalta hälyttävintä muutoksessa on ollut se, että tuottoisimmat kirjakustantamisen alueet – tieto- ja oppikirjakustantaminen – ovat menettäneet eniten kannattavuuttaan. Sen sijaan kaunokirjallisuuden julkaisemisessa ja lukemisessa ei toistaiseksi ole näkynyt vastaavaa laskua. (Ekholm & Repo 2010, 53–78.)

Lukemiseen käytetty aika ei sinänsä ole vähentynyt edes 2000-luvulla. Itse asiassa se on saattanut jopa kasvaa, mikäli mukaan lasketaan myös ruuduilta ja näytöiltä tapahtuva lukeminen (Ekholm & Repo 2010, 55). Painotuotteiden kustantamiseen, levikkeihin ja lukemiseen liittyvät tutkimukset kertovat kuitenkin 2000-luvun alussa tapahtuneesta murroksesta. Sanomalehtien levikit ja lukijamäärät ovat olleet jatkuvassa, tosin melko hitaassa laskussa 1990-luvulta lähtien (Tilastokeskus 2010, 178–180). Myös lehtien lukeminen on vähentynyt, joskin niiden verkkoversioiden lukeminen on vastaavasti jatkuvasti lisääntynyt. Painettujen lehtien lukijakato on näkynyt erityisesti nuoremmissa ikäryhmissä, jotka suosivat verkkoympäristöä (Kansallinen mediatutkimus 2010). Samantyyppinen muutos on näkynyt myös aikakauslehdissä, mutta hiukan myöhemmin. Aikakauslehtien levikit ja lukijamäärät kääntyivät laskuun vasta vuosina 2005–2006 ja niissä on edelleen paljon nimikekohtaista vaihtelua (Tilastokeskus 2010, 201–203).



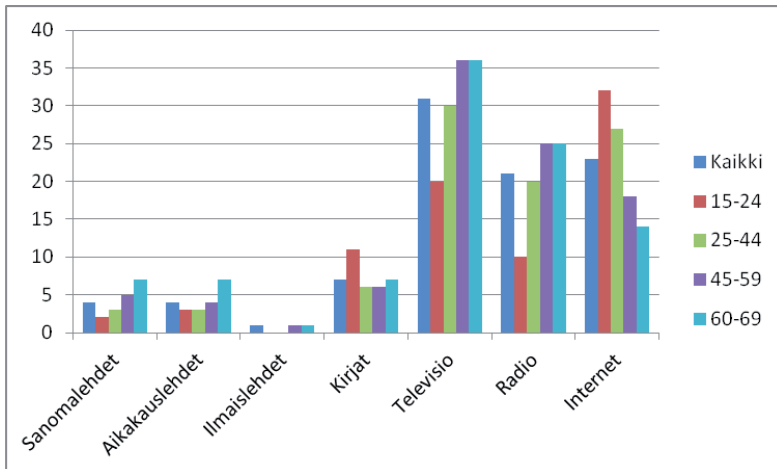
Kuvio 1.2 15–69-vuotiaiden suomalaisten eri joukkoviestimiin käyttämä aika (min/vrk) vuonna 2010 (Lähde: TNS Atlas Intermedia/TNS Gallup Oy)

Vaikka suomalaisnuoret pärjäävät edelleen erinomaisesti esimerkiksi kansainvälisissä lukutaitovertailuissa, osoittaa PISA-tutkimuksen ajallinen vertailu nuorten luku-harrastuksen hiipuneen ja lukutaidon heikentyneen 2000-luvun kuluessa myös Suomessa. Yleinen kiinnostus lukemista kohtaan on vähentynyt ja lukeminen yksipuolistunut samalla kun lukeminen on siirtynyt yhä enemmän digitaalisiin teksteihin ja verkkoympäristöihin. Hälyttävintä muutoksessa on kenties se, että suhteellisesti eniten ovat PISA-selvitysten mukaan heikentyneet nuorten tiedonhakutaidot, joita tarvitaan erityisesti informaatiota tulvivassa verkkoympäristössä. (Sulkunen 2012.) Suomalaisnuorten verkkoaktiivisuus suuntautuu eniten vapaa-ajan viihdekäyttöön, kuten pelaamiseen ja sosiaaliseen vuorovaikutukseen, mikä ei välttämättä tue monipuolisten lukutaitojen kehittymistä samassa määrin kuin tiedonhakuun liittyvä verkkokäyttö (ks. Leino & Nissinen 2012).

Toisaalta samaisen vertailun mukaan Suomessa lukutaidon heikentyminen on ollut melko maltillista ja Suomi sijoittuu edelleen Kanadan, Uuden-Seelannin, Australian ja Etelä-Korean kanssa lukutaidon kärkimaihin. Esimerkiksi Ruotsissa lukutaito on laskenut PISA-tutkimuksen mukaan huomattavasti Suomea enemmän (Sulkunen 2012), ja vaikkapa espanjalaisnuorten PISA-tutkimuksen tuloksiin (Gil-Flores ym. 2012) tai malesialaisten nuorten lukutottumuksiin (Karim & Hasan 2007) verrattuna suomalaiset nuoret lukevat edelleen paljon sekä verkosta että painettuna sanana. Toisin kuin suomalaiset, malesialaiset ovat vastahakoisia lukijoita, ja heistä vain 20 prosenttia lukee säännöllisesti. Malesialaiset yliopisto-opiskelijat lukevat eniten sanomalehtiä, oppikirjoja ja verkkotekstejä ja vähemmän aikakauslehtiä sekä kaunokirjallisuutta. Verkkotekstit ovatkin nousseet monissa maissa oppikirjojen ja sanomalehtien rinnalle opiskelijoiden lukusuosikkeina, mikä viittaa aiemmasta poikkeavien digitaalisten lukutottumusten syntyyn. (Karim & Hasan 2007.)

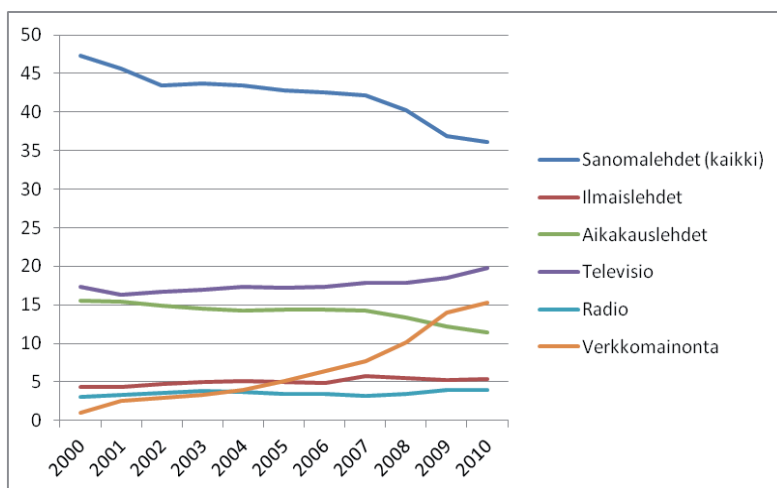
Painotuotteiden lukemisen vähentyessä internetin käyttö on lisääntynyt räjähdysmäisesti. Suomalaiset kotikoneet liitettiin nettiin vuonna 1994. Vielä 2000-luvun taitteessa vain kolmasosassa kotita-

louksista oli nettiyhteys, mutta vuonna 2008 yhteys oli jo lähes 80 prosentilla kotitalouksista. (Tilastokeskus 2010, 216.) Lähes kaikissa nuorten asuttamissa kotitalouksissa on 2010-luvulla nettiyhteys, ja internetistä on tullut erilaisten selvitysten mukaan 2000-luvun alussa teini-ikäisten ja sitä vanhempien nuorten tärkein viestintäväline (esim. 15/30 Research 2011; Kangas ym. 2008). Vastaavasti aiemmin suosituin viestintäväline, televisio, on vanhemman väestönosan suosiossa (Finnpanel 2012). Vaikka internetin käyttö yleistyy jatkuvasti myös vanhemmissa ikäryhmissä, sukupolvien välinen ero näkyy korostuneesti sosiaalisen median käytössä: vuonna 2010 alle 35-vuotiaista suomalaisista yli 80 prosenttia oli kirjautunut johonkin sosiaalisen median yhteisöpalveluun, 45–55-vuotiaista enää neljännes käytti sosiaalista mediaa ja eläkeikäisistä vain viitisen prosenttia oli rekisteröitynyt sosiaalisen median palveluihin (Tieto- ja viestintätekniikan käyttö 2010).



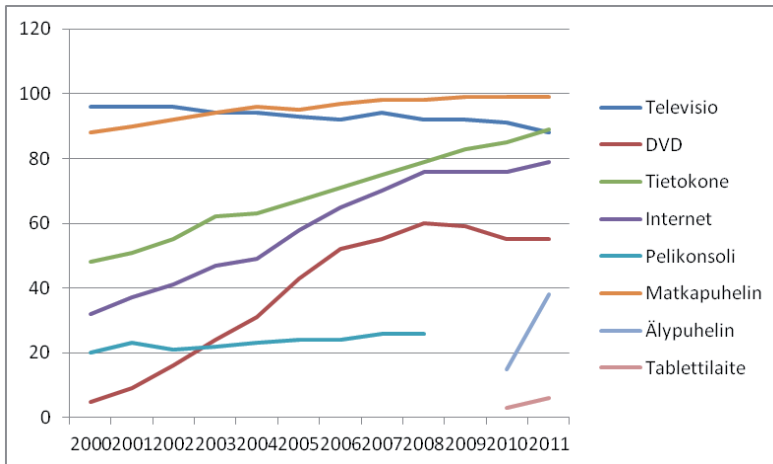
Kuvio 1.3 Joukkoviestinten kulutusosuudet (%) 15–69-vuotiaiden suomalaisten keskuudessa vuonna 2010 (Lähde: TNS Atlas Intermedia/TNSGallup)

Muutos on saanut kustantajat huolestumaan erityisesti nuorempien sukupolvien halusta jatkaa painotuotteiden kuluttajina. Nettisukupolven on ajateltu tottuneen internetin ilmaistarjontaan. Myös ekologiset perustelut on mainittu, kun on pohdittu nuorten verkkokäyttäjien asenteita painotuotteita kohtaan. (Esim. Ekholm & Repo 2010.) Seurauksena on ollut saneerauksia ja organisaatiouudistuksia lehtitaloissa ja kirjakustantamoissa, jotka etsivät säästöjen avulla kustannustehokkuutta. Myös mainostajien siirtyminen yhä enemmän verkkoympäristöön on heikentänyt lehtien tuottoja. Esimerkiksi nuorten aikuisten suosima *City*-lehti ja vuodesta 1959 ilmestynyt naistenlehti *Regina* lakkautettiin vuonna 2012. Kustannusala yrittää kilvan kehittää uusia sovelluksia ja liiketoiminnan malleja, joiden avulla nuoremmat mediankuluttajat saataisiin kannattavan liiketoiminnan piiriin. Esimerkiksi vuosina 2010–2012 on käynnistetty laajat tutkimus- ja kehityshankkeet NextMedia ja eReading, joissa mediayritykset, ajatushautomot, tutkimuslaitokset ja korkeakoulut ovat yhdistäneet voimavaransa lukemiseen liittyvien liiketoimintamallien kehittämiseksi.



Kuvio 1.4 Medioiden osuudet (%) mainonnasta (Lähde: Tilastokeskus)

Paljon odotuksia on ladattu sähköisten lukulaitteiden ja tabletti-tietokoneiden varaan, joiden leviämisen uskotaan tuottavan uusia ansaintamahdollisuuksia kustannusallalle. Tätä kirjoitettaessa laitteet eivät kuitenkaan vielä olleet levinneet koko kansan pariin ja niiden kautta toteutetut palvelut olivat pikemminkin satsauksia tulevaan kuin menestyksellistä liiketoimintaa. Vuoden 2012 alussa Suomessa arvioitiin olevan noin 170 000 tablettitietokonetta, joista 150 000 oli Applen iPadeja. Määrä kattoi noin kuusi prosenttia suomalaisista kotitalouksista, mikä oli suurin piirtein yhtä paljon kuin Ruotsin vastaava osuus (300 000 iPadia). Tosin tablettien ja älypuhelimien määrät ovat tätä kirjoitettaessa voimakkaassa kasvussa, ja niiden määrän arvioidaan jopa kaksinkertaistuvan vuoden 2012 aikana. IPadien ja iPhoneien ohella erilaiset Android-pohjaiset tablettitietokoneet ja älypuhelimet (esim. Samsungin Galaxy) yleistyvät voimakkaasti (NextMedia 2012; eMarketer 2012).



Kuvio 1.5 Eräiden laitteiden yleisyys suomalaisissa kotitalouksissa 2000–2011 (Lähde: Tilastokeskus)

Vuonna 2011 keskiverto iPadin omistaja oli 35–45-vuotias hyvin toimeentuleva mies, joka suhtautuu innostuneesti uuteen teknologiaan. Laitteita käyttivät myös muut perheenjäsenet. Tablettikoneiden lisäksi suomalaisilla oli käytössään kymmeniä tuhansia pelkästään e-julkaisujen lukemiseen tarkoitettuja lukulaitteita (esim. Kindle), mutta niiden keskimääräinen omistaja poikkesi selvästi iPadin omistajista: lukulaitteita oli erityisesti kirjojen suurkuluttajilla eli keski-ikäisillä naisilla (NextMedia 2012). Kansainvälisissä korkeakouluopiskelijoiden tiedonhakua kartoittavissa tutkimuksissa on kuitenkin todettu miesopiskelijoiden suhtautuvan ennakkoluulottomammin e-kirjoihin ja sähköisiin lähteisiin, joten perinteinen sukupuolijako on näkynyt myös uuden lukemisteknologian käyttöönotossa (Liu & Huang 2008; Rowlands ym. 2007).

Yhdysvalloissa jonkinlainen lukulaite oli vuoden 2012 alussa jo yli 60 miljoonalla käyttäjällä, ja on oletettavaa, että laitteet yleistyvät myös Suomessa, kun niiden hinnat laskevat. Yhdysvalloissa lukulaitteiden ja e-kirjojen suosio perustuu pitkälle Amazonin ja Kindlen onnistuneeseen markkinointiyhteistyöhön (Slywotzky 2011). Laitteiden käyttäjäkunnan odotetaan myös monipuolistuvan ja laitteiden muuttuvan perhelaitteista kännykän tapaisiksi henkilökohtaisiksi käyttöliittymiksi. Mediatlouden asiantuntija, viestintäkonsultti Gregor Waller (2012) arvioi digitaalisen lukemisen lyövän itsensä varsinaisesti läpi Suomessa vuosina 2015–2016, kun Nokian Lumia-älypuhelimet leviävät kaiken kansan laitteiksi.

Keväällä 2012 tehdyn kyselymme mukaan opiskelijat kuitenkin suosivat Samsungin ja Nokian edullisempia älypuhelinmalleja tai Applen iPhonea, eikä Lumiasta ollut muodostunut suosikkimerkkiä. Ylipäänsä Applen tuotemerkit ja Android-käyttöjärjestelmään pohjautuvat älypuhelimet ja tablettikoneet hallitsevat lukulaitemarkkinointa 2010-luvun alussa. Samsungin ja Applen patenttikiistoihin liittyvät oikeudenkäynnit saattavat kuitenkin vaikuttaa yllättävillä tavoilla kilpailijoiden markkina-asemiin eri maissa 2010-luvun kuluessa. Vuoden 2012 aikana monet lehdet – esimerkiksi *Helsingin Sanomat*

ja *Seiska* – alkoivat markkinoida lukulaitteen (useimmiten iPadin) ja lehden kyttykauppaa, mikä lisää laitteiden ja niihin liittyvien sovellusten levikkiä. Vaikka lukulaitteiden leviäminen ei tapahtuisi räjähdysmäisesti, on selvää, että 2010-luvun lopussa suurin osa suomalaisten käytössä olevista puhelimista on älykännyköitä, joilla saa yhteyden internetiin, ja että erilaisia tablettitietokoneita ja lukulaitteita on käytössä monikertaisesti nykyiseen verrattuna.

Muuttuvat mediasukupolvet

*... samalla ku Internettiä käyttävä sukupolvi vanhe-
nee ja sitten teknologia yleistyy muutenkin kaikessa
käytössä, niin tavallaan vanhemmatkin sukupolvet on
myöskin oppinu käyttään sitä enemmän ja enemmän.
Mikä alkaa myös näkyä siinä, että vaikka meillä on
ihmisiä, joilla on hyvin takapajuisia mielipiteitä ja ei
juurikaan minkäänlaista ymmärrystä tietoteknisestä
yhteiskunnasta, niin hekin pystyy kuitenkin kirjo-
tamaan ne hyvin takapajuiset mielipiteensä sinne
Internettiin.*

(Fokusryhmähaastateltava, mies 24 v.)

Sukupolven avulla jäsennetään eri ikäluokkien eroja sekä arkisessa keskustelussa että tutkimuksessa. Saksalainen sosiologi Karl Mannheim (1952) kehitteli toisen maailmansodan jälkeen sukupolven käsitettä kuvaamaan tietyn ikäpolven jakamaa kokemusta erityisesti erilaisissa yhteiskunnallisissa murrosvaiheissa. Sukupolvi ei siis liity ainoastaan ikään, vaan sen yhteydessä puhutaan usein myös ikäluokkaa yhdistävästä ”sukupolvikokemuksesta” (ks. Roos 1987; Purhonen 2007). Toisaalta iällä on sukupolvikokemuksessa paljon merkitystä. Mannheimin mukaan nuoret ikäluokat ovat herkässä kehitysvaiheessa,

joten yhteiskunnalliset murrokset piirtyvät heidän mieliinsä muita syvemmin ikäluokkaa yhdistäviksi kokemuksiksi.

Suomessa erityisesti 1900-luvun sotia on pidetty keskeisinä sukupolvien kokemusta jäsentävinä tapahtumina (esim. Roos 1987; Tuominen 1991). Tunnetuin jako tässä suhteessa lieenee sota-ajan sukupolvien ja sodan jälkeen syntyneiden ”suurten ikäluokkien” erottaminen toisistaan. Ensin mainitut rakensivat suomalaista yhteiskuntaa sotakorvausten ja jälleenrakentamisen aikana, jälkimmäiset tekivät irtioton sodan ja raskaan työn vakavoittamista vanhemmistaan ja mullistivat muiden länsimaiden nuorten tavoin suomalaisen kulttuurielämän ja politiikan 1960–1970-luvuilla.

Viestinnän tutkija Janne Matikainen (2011a, 15) toteaa, että ”uudemmat sukupolvet määrittyvät yhä voimakkaammin median ja viestintäteknologian kautta”. Osittain tämä johtuu siitä, että suuri osa 1900-lukua elettiin jonkinasteisen yhtenäiskulttuurin aikaa, jossa mediamaisemaa hallitsi muutama selvästi erottuva viestinnän muoto. Osittain taas siitä, että media on jatkuvasti enemmän mukana kaikessa elämässä (esim. Fornäs 1999). Erilaisten painotuotteiden ”kirjallinen kulttuuri” läpäisi 1950-luvulla syntyneisiin saakka suomalaisten mediaympäristöä, vaikka radio toi siihen merkittävän lisävärin 1930-luvulta lähtien (Herkman 2010, 64). 1960–1970-luvuilla syntyneet edustavat puolestaan ”televisiosukupolvea”, jonka elämän varhaisissa vaiheissa televisiosta muodostui keskeisin viestintäväline (Elfving 2008, 12–13). 1980-luvulla ja sen jälkeen syntyneitä on puolestaan nimitetty ”nettisukupolveksi”, koska internet on levinnyt heidän varttuessaan verkkojen verkoksi (Tapscott 2010). Kaikkein nuorimpia 2000-luvulla syntyneitä voisi kenties nimittää ubiikki- tai mobiilisukupolveksi, koska heidän elämässään media ja viestintäteknologia limittyy mitä moninaisimmilla tavoilla arkisiin toimiin: se on läsnä kaikkialla, aina mukana eikä mediaa ole välttämättä helppo erottaa muista elämäntähtenteistä.

Suomalaisessa lukemis- ja vapaa-aikatutkimuksessa sukupolvijaottelu on noudatellut yllä kuvailtua kaarta siten, että sota ja

jälleenrakennuksen aika jäsentävät suomalaisten lukemistottumuksia ja kulttuurimakuja 1970-luvulle saakka, minkä jälkeen muuttunut mediankäyttö alkaa korostua sukupolvi- jaotteluissa. Television ja kansainvälisen nuorisokulttuurin vaikutukset kasvavat pikku hiljaa kansallisen kirjallisen kulttuurin rinnalle, kunnes ne 1980-luvulla ja sen jälkeen syntyneiden keskuudessa alkavat ohittaa kansallisen kulttuurin merkityksen (Eskola 2009, 134–137; Liikkanen 2009, 189–195). 1980-luvulla ja sen jälkeen syntyneiden joukkoa on ollut selvästi vaikea nimetä yhtenäiseksi sukupolveksi, ja sen makuja kuvaakin tutkimusten mukaan lisääntyvä kaikkiruokaisuus (Alasuutari 2009, 96; Liikkanen 2009, 192–195). Aktiiviset kulttuurituotteiden kuluttajat ovatkin yhä useammin kulttuurin kaikkiruokaisia (Griswold ym. 2005, 137).

Nykynuorten mediankäyttöä on vaikea kiinnittää mihinkään yhteen viestintävälineeseen – edes internetiin. Nuorten mediankäyttöä luonnehtii pikemminkin useiden mediavälineiden samanaikaisuus, simultaanikäyttö (Mokhtari ym. 2009; Kangas ym. 2008, 5–6; Noppari ym. 2008, 39–52). Mediasukupolvet eivät välttämättä myöskään noudata ikäluokkia. Nuoremmat ikäluokat eivät mitenkään automaattisesti ole uuden teknologian eturintamassa. Uusinta viestintä- ja tietotekniikkaa käyttää usein ensimmäisenä keski-ikäisten hyvätuloisten miesten edelläkävijäjoukko, joka on kiinnostunut uudesta tekniikasta ja on siitä valmis maksamaan. Tässä mielessä sukupolven käsite ei ole täysin erotteleva: saman ikäryhmän mediankäyttötottumuksissa on runsaasti variaatioita ja yksilölliset erot, sosio-ekonominen tausta, asuinpaikka, koulutus, elämäntilanne, harrastukset ja muut kiinnostuksen kohteet suuntaavat ihmisten mediankäyttöä usein yhtä paljon tai enemmänkin kuin ikä.

2010-luvun suomalaiset mediankäyttötutkimukset kertovat kuitenkin mediasukupolvien eroista, kun ikäryhmiä tarkastellaan tilastollisesti. Yksinkertaistetusti on erotettavissa vanhempien ikäluokkien joukko, jota voidaan nimittää sanomalehtien ja television sukupolveksi, sekä nuorempien ikäluokkien joukko, jota voidaan

kutsua nettisukupolveksi (ks. Matikainen 2011b, 9). Esimerkiksi television katsojamittausten mukaan television katseleminen lisääntyy sitä mukaa mitä vanhempiin katsojaryhmiin siirrytään (Finnpanel 2012). Vastaavasti sanomalehtien lukeminen vähenee eniten nuorten keskuudessa (Kansallinen mediatutkimus 2010). Sen sijaan netin käyttö on aktiivisinta nuorten ja nuorten aikuisten keskuudessa (Tieto- ja viestintätekniikan käyttö 2010). Myös laadullisissa mediankäyttötutkimuksissa on havaittu seniori-ikäisten suosivan perinteistä mediaa ja keskittyvän yksittäisiin sisältöihin pitkäjänteisesti kun taas nuorempien ikäryhmien mediankäyttö on elämäntilanteesta riippuen usein hektisempää ja heille verkkoviestintä ja sosiaalinen media muodostavat keskeisen toimintaympäristön (esim. Kankainen ym. 2010).

Tilanne ei ole mustavalkoinen, eivätkä erot sukupolvien välillä ole selviä (Matikainen 2011b, 9). Vanhempien ikäluokkien netin käyttö yleistyy ja kasvaa jatkuvasti (Tieto- ja viestintätekniikan käyttö 2011), ja suomalaiset nuoret lukevat edelleen kansainvälisesti katsoen runsaasti painotuotteita (Kansallinen mediatutkimus 2010). Monet tutkimukset myös osoittavat, että nuoret arvostavat yhä paljon perinteistä uutisjournalismia ja luottavat siihen tiedonvälittämisen muotona – jos kohta nuoret eivät tästä huolimatta välttämättä seuraa uutisia perinteisen median kautta (Matikainen 2011a, 24–25).

Suurin ero löytyy sosiaalisen median käytöstä ja median käyttöfunktioista: nuoret ikäluokat käyttävät huomattavasti vanhempia enemmän sosiaalisen median yhteisöpalveluja ja heidän mediankäyttöään luonnehtivat siten pikemminkin kommunikaatio ja yhdessäolo kuin uutisten seuraaminen ja tiedon etsiminen (Tieto- ja viestintätekniikan käyttö 2010; 15/30 Research 2011; Matikainen 2011a, 26). Tämä erottaa nettisukupolven vanhemmista mediasukupolvista.

Taulukko 1.2 Suomalaiset sotien jälkeiset mediasukupolvet

	Sanomalehti- sukupolvi	Televisio- sukupolvi	Netti- sukupolvi	Diginatiivit
<i>Syntymäaika</i>	1930–1950 -luku	1960–1970 -luku	1980-luku ja sen jälkeen	2000-luku ja sen jälkeen
<i>Hallitseva media</i>	Sanomalehti	Televisio ja video	Internet	Web 2.0, sosiaalinen media
<i>Mediakulttuurin painotus</i>	Painettu sana	Audiovisuaalinen kulttuuri	Multimedia	Simultaani- media

Suomalaiset on edellä sanotun perusteella mahdollista erottaa mediasukupolviin, joissa jakolinjoina toimivat syntymäajankohta sekä sukupolven lapsuudessa ja nuoruudessa hallinnut media. Tällä tavoin määriteltynä suomalaiset lukijat kuuluvat joko sanomalehti-, televisio- tai nettisukupolveen (ks. taulukko 1.2). Lisäksi voidaan erottaa kaikkein nuorimpien diginatiivien sukupolvi, jolle viestintän eroilla ei ole niin väliä (ks. Prenskey 2001). Sukupolvien kierto kiihtyy sitä mukaa kun uusia mediamuotoja syntyy lisääntyvällä vauhdilla uusien laitteiden ja sovellusten myötä.

Kuten aiemmin todettiin, sukupolvien erot eivät ole selviä ja eri ikäryhmistä löytyy yksilöitä, jotka liikkuvat sukupolvelleen epätyypillisessä mediamaisemassa kuin kalat vedessä. Enemmän kuin vedenpitävänä tutkimustuloksena sukupolvijaottelua käytetään tässä kirjassa lähinnä tulkinnallisena työkaluna, jonka avulla suomalaisia lukijoita on mahdollista jäsentää suhteessa erilaisiin lukemisen ja mediankäytön tapoihin sekä mediaympäristöihin. Sukupolvijaottelua laajennetaan kirjan lopussa, kun lukijoita jaotellaan erilaisiin lukijatyyppeihin ja suhteutetaan esimerkiksi netinkäyttäjistä laadittuihin tyypittelyihin.

Pääosassa tässä kirjassa ovat suomalaiset 18–30-vuotiaat nuoret aikuiset, jotka edustavat kutakuinkin niin sanottua nettisukupolvea. He muodostivat myös keskeisimmän tutkimuskohteen hankkees-

samme ”Uudet lukemisyhteisöt, uudet lukutavat”. Nuoret aikuiset ovat alkaneet käyttää nettiä viimeistään 10–15-vuotiaina ja internet on lähtökohtaisesti ollut olemassa koko heidän elämänsä ajan. Graafiset käyttöliittymät ja Googlen kaltaiset hakukoneet ovat myös olleet arkipäivää, kun he ovat aloittaneet netin käytön. Näin ollen he edustavat eri mediasukupolvea kuin heitä vanhemmat suomalaiset, joiden lapsuus ja nuoruus ovat kuluneet muiden viestinten parissa. Toisaalta he edustavat myös vanhempaa sukupolvea kuin 2000-luvulla syntyneet diginatiivit, joille kaikkialla läsnä oleva ubiikki ja mobiili mediamaisema on elimellinen osa arkea. Nettisukupolven nuoret aikuiset ovat näin ollen eräänlainen siirtymäskupolvi perinteisempien ja uudempien mediasukupolvien välissä ja heidän kauttaan on mahdollista peilata muutoksia, joita digitalisoituminen ja verkkoviestinnän leviäminen lukemiselle aiheuttavat. Olennaisimpia kysymyksiä kirjamme kannalta onkin se, kuinka verkkoviestinnän kasvava merkitys näkyy suomalaisten lukemisen tavoissa. Minkälaisia muutoksia mediaympäristön muutos lukemiselle aiheuttaa ja toisaalta mitä jatkuvuuksia lukemisesta voi löytää mediaympäristön muutoksista huolimatta.

Mediaympäristön muutos ja ”uusi” lukeminen

Lukeminen on tota edelleen, se on aika niinku yksityistä. Tai kun netissä lukee jotain uutisjuttuja, niin en mä niitä sitten esimerkiksi suosittelle Facebookissa tai jaa sinne, että hei kattokaa tämmönen juttu oli. Että ehkä sitten enemmän saattaa joistain jutuista mainita tai niistä keskustella kavereiden tai muiden kanssa sitten livenä. Et, en mä verkossa etenkään niitä niinku hehkuttele, että mitä mä oon lukenut tai mitä mä oon niistä mieltä ollut.

(Teemahaastateltava, nainen 23 v.)

Suomalaisessa lukemistutkimuksessa on kuvattu vahvaa suomalaista myyttiä lukevasta ja sivistymään pyrkivästä kansasta (esim. Eskola 1972; 1990; Niemi 1996; Liikkanen ym. 2005; Luukka ym. 2008). Kirja on ollut luterilaisen sivistysyhdistyksen keskeinen työkalu. 2000-luvun Suomessa internet ja sen moninaiset vuorovaikutustilat on kuitenkin omaksuttu moniin eri kulttuurisiin käytäntöihin (esim. Saarikoski ym. 2009), mikä on vaikuttanut myös lukemisen tapoihin. Sähkökirjat, e-lehdet ja sähköiset lukulaitteet ovat niin ikään alkaneet yleistyä. Voidaan väittää, että paperille painetut kirjat ja lehdet ovat saaneet 2010-luvulle tultaessa internetistä ja verkkoviestinnästä ensimmäisen kerran itsenäisen Suomen historian aikana todellisen haastajan.

Internetiä on vaikea määritellä yksiselitteisesti, mutta usein sen aikaansaamaa uutta mediaympäristöä luonnehditaan esimerkiksi sellaisilla käsitteillä kuin hypertekstuaalisuus, virtuaalisuus ja hajaantuminen. Hypertekstuaalisuus tarkoittaa eri media- ja tekstimuotojen linkittymistä ja lomittumista, virtuaalisuus siirtymistä materiaalisista mediatuotteista ja viestintäsuhteista immateriaaliin sisältöihin ja suhteisiin ja hajaantuminen taas sitä, että uudet mediat on siroteltu ympäristöömme – ne ovat toisin sanoen ”ubiikkeja”, kaikkialla läsnä (Lister ym. 2003; sit. Aula ym. 2006, 11–12). Verkkoviestinnässä olennaista on myös viestinnän vuorovaikutteisuus ja kaksisuuntaisuus.

Internet kuitenkin muuttuu jatkuvasti. 2000-luvulla on puhuttu paljon Web 2.0:sta, jota pidetään internetin käytön murroksena kohti sosiaalisia verkon yhteisöpalveluja (SNS) ja erilaisia yhteisen sisällöntuotannon sivustoja. Web 2.0:n tyyppiesimerkkeinä käytetään usein verkkotietosanakirja Wikipediaa, videonjakopalvelu YouTubea, blogeja ja erilaisia sosiaalisia verkkoyhteisöjä, kuten Facebookia. (Bailey 2008, 3–10.) Työelämän yhteyksien ylläpitämisessä on yleistynyt verkostoitumispalvelu LinkedIn, valokuvia jaetaan ja julkaistaan yhä enemmän erilaisissa Flickrin kaltaisissa verkkopalveluissa, Twitterin avulla ”twiitataan” eli lähetetään mikroviestejä, ja netinkäyttäjät osallistuvat muutenkin itse yhä enemmän uutisten välittämiseen

tai etsivät uutisiaan Ampparit.comin tapaisten verkkopalvelujen avulla. Web 2.0:ssa on paljolti kyse teknisistä sovelluksista ja uusista liiketoiminnan malleista, mutta siihen liitetyt sovellukset sisältävät kuitenkin yleensä sosiaalisen ulottuvuuden, koska ne perustuvat käyttäjien muodostamille sosiaalisille verkostoille tai yhdessä tuotetulle informaatiolle (Majava 2006, 87). Tämän takia Web 2.0:aa on usein kuvattu myös termillä sosiaalinen media.

Sosiaalisen median myötä internetistä on tullut monille nuorille aikuisille aiempaa olennaisempi ja läpitunkevampi osa jokapäiväistä elämää: vapaa-aikaa, työtä, opiskelua ja asioiden hoitamista. Verkon tiloihin ei tarvitse enää erikseen lähteä, koska ne ovat kutoutuneet osaksi arkipäivää. Skypea, Messengeriä tai Facebookia pidetään päällä pitkin päivää muun toiminnan ohessa. (Aalto & Uusisaari 2009, 85–91.) Internetissä on toki edelleen muusta elämästä erillisiä identiteettileikkittelyn foorumeja, mutta niiden rinnalle on tullut omalla nimellä ja kasvoilla käytettävä Facebook, siihen yhdistyvät kommentointi- ja ”tykkäämismahdollisuudet” ja monien verkkosivujen vaatimukset koko nimen käytöstä kommentoinnissa.

Verkkoviestinnän leviäminen ei välttämättä tarkoita lukemisen kuihtumista, vaikka se kilpailee lukemisen perinteisiin muotoihin käytetyn ajan kanssa. Lähdemme siitä, että muuttuneen mediaympäristön myötä lukeminen on moninaistunut. Uudessa mediaympäristössä lukeminen saa uusia muotoja. Arjessa luetaan yhä useammin mitä erilaisimpia tekstejä sekä verkosta että sen ulkopuolelta, eikä lukemista voi enää pitää vain tiettyjen ”arvotekstien” (kirjallisuuden klassikot, päivälehdet) lukemisena. Esimerkiksi PISA-tutkimukset ovat osoittaneet, että suomalaisnuoret pärjäävät myös sellaisten tekstimuotojen – kuviot, taulukot, lomakkeet, graafiset esitykset – tulkinnoissa, joiden ”lukemista” ei yleisesti harjoitella koulun äidinkielen ja kirjallisuuden tunneilla. Nämä lukutaidot täytyy siten omaksua pikemminkin vapaa-ajalla kuin koulussa. (Luukka ym. 2008, 17.)

Mediaympäristön muutos kannustaa näin ollen ymmärtämään lukemisen laajemmin kuin pelkkänä yksilön kognitiivisena taitona, jo-

ka opitaan mekaanisesti harjoittelemalla. Jukolan veljesten aakkosopetukselta on pitkä matka nykyiseen verkottuneeseen tekstiympäristöön, johon lapset kasvavat kuin itsestään viestintäteknologiaa ja internetiä käyttämällä. Lukemiseen liitetään nykyään teknisen lukutaidon lisäksi usein monia muita ulottuvuuksia, kuten sosiaalisuus, vuorovaikutus ja jopa omien tekstien tuottaminen. Tällä tavoin lukeminen lähentyy nykyisessä mediaympäristössä kirjoittamista. Monet tutkijat puhuvatkin nykyään ”sosiokulttuurisesta lukutaidosta” (ks. Kupiainen & Sintonen 2009, 44–49).

Sosiokulttuurisen lukutaitokäsityksen näkökulmasta lukutaitoa, lukemista ja kirjoittamista tarkastellaan merkityksiä luovana, sosiaalisena ja kulttuurisena ilmiönä, eikä niinkään yksilöllisenä taitona. Tästä näkökulmasta lukutaito nähdään tilannesidonnaisena toimintana eri tekstien kanssa, eivätkä lukeminen ja kirjoittaminen ole ainoastaan yksilön kognitiivisia taitoja vaan tekstitaidon kaksi eri puolta. Kyse on laajemmasta tekstikäytänteiden hallinnasta, eli tekstien kanssa tulkitsijana ja tuottajana toimimisesta. Tekstikäytänteet ovat tilannesidonnaisia ja liittyvät aina ympäröivään kontekstiin, kuten koulumaailmaan tai vapaa-aikaan, ja käsillä olevaan tehtävään. (Luukka ym. 2008, 19–20.) Tekstikäytänteet ovat myös sosiaalista toimintaa, joka kytkeytyy monin tavoin erilaisiin yhteisöihin.

Lukemistutkimuksia meillä ja muualla

Varmaan se on ollu jossain vaihees enemmän semmosta Aku Ankka -tyyppistä, mut joskus yläasteella mä rupesin lukeen fantasiaa... en muista, olisinko ala- ja yläasteella lukuun muuten kauheesti, ainakaan kirjoja. Et no, jossain määrin IT-tyyppistä kirjallisuutta, mutta se ei oo välttämättä ollu semmosta ihan lukemista, vaan enemmänki sellasta selailua. (Fokusryhmähaastateltava, mies 22 v.)

Viime vuosikymmenten lukemistutkimus voidaan jakaa toisaalta perinteiseen painotuotteiden lukemistottumuksia kartoittavaan tutkimukseen ja toisaalta uudet sähköiset lukemisen tavat huomioivaan tutkimukseen. Sähköistä lukemista on tutkittu enimmäkseen akateemisen tiedonhaun ja toisaalta nuorten lukemiskäytäntöjen ja ajankäytön kautta (esim. Gil-Flores ym. 2012; Leino 2006). Uudemmat lukemistutkimukset lähenevät myös muuta mediankäyttöä selvittäviä tutkimuksia.

Uusi viestintäteknologia hämmentää mediankäytön ja lukemisen rajaa entisestään. Voiko esimerkiksi blogien selailua pitää lukemisena samassa mielessä kuin lehden tai kirjan lukemista? Osa nykyisistä uusien viestintäteknologioiden merkityksen tunnustavista lukemistutkijoista rajaa lukemisen silti edelleen vapaa-ajan lukemiseen (*leisure reading*), joka koostuu (kaunokirjallisten teosten) huvilukemisesta eikä sisällä esimerkiksi ammatillisiin tarpeisiin liittyvää lukemista (esim. Griswold ym. 2011).

Korkean elintason maissa viimeisten 50 vuoden aikana tehdyt tutkimukset osoittavat, että noin 80–90 prosenttia väestöstä lukee jotakin, 50–60 prosenttia lukee kirjoja vapaa-ajallaan ja 10–15 prosenttia on aktiivisia lukijoita, kirjallisuuden ja lehtien suurkuluttajia. Tutkimusten perusteella voidaan erotella neljä lukemisen kulttuuria: kehittynyt, rajoittunut, nouseva ja potentiaalinen lukemisen kulttuuri. Kehittynyt lukemisen kulttuuri on olemassa yhteiskunnissa, joissa lukemista edellytetään, arvostetaan ja se on tavanomaista. (Griswold ym. 2011.) Tämän määritelmän mukaan Suomessa on vahva lukemisen kulttuuri.

Tilastolliset vertailut osoittavat, että Skandinaviassa ja Japanissa luetaan paljon ja Etelä-Euroopassa vähemmän (esim. Tilastokeskus 2012, 153; 2007, 335–337). Kuitenkin lukemisen demografia on samankaltainen useimmissa lukemiskulttuureissa; noin puolet väestöstä lukee jonkin verran ja 15 prosenttia lukee hyvin paljon. Useimmissa maissa aktiivisimmat lukijat ovat korkeasti koulutettuja keski-ikäisiä naisia. (Griswold ym. 2011.)

Suomessa kirjojen lukemista ovat tutkineet erityisesti Katarina Eskola (1972; 1979; 1990; 2009) ja Juhani Niemi (1996; 2007), jotka ovat selvittäneet suomalaisten lukemistottumuksia, kirjallista makua ja suosikkikirjailijoita. Myös Tilastokeskuksen kulttuuri- ja ajankäyttötillastot antavat tietoa suomalaisten lukemisesta (vrt. Liikkanen 2009). Suomi osallistuu säännöllisesti OECD-maiden lukutaitovertailuun PISA-tutkimuksessa, jonka avulla on tehty sekä kansainvälistä että ajallista vertailua suomalaisnuorten lukutaidon kehittymisestä. Tutkimuksen perusteella suomalaiset ovat edelleen lukijakansaa, mutta kansallinen lukemiskulttuuri ja nuorten lukutaidon taso on 2000-luvulla laskenut (ks. Sulkunen 2012). Vastaava muutos on näkynyt myös muissa Pohjoismaissa, joissa kaikissa nuoret lukivat vuonna 2009 vähemmän huvikseen kuin vielä kymmenen vuotta sitten. Netinkäyttöaika puolestaan on lisääntynyt. Tytöt suoriutuvat lukemisesta paremmin kuin pojat. Tytöt myös lukevat poikia enemmän. (Roe & Taube 2012; Johnsson-Smaragdi 2006.)

Kustannus- ja media-ala tekevät itse tai teettävät jatkuvasti erilaisia selvityksiä suomalaisten lukemisesta. Esimerkiksi Kansallinen mediatutkimus on kustannusalan Levikintarkistuksella vuosittain teettämä tutkimus, jossa selvitetään painettujen lehtien lukijamääriä ja levikkejä. Muuta mediankäyttöä seurataan myös säännöllisesti: Suomen Gallupin TNS Atlas Intermedia -tutkimus selvittää vuosittain suomalaisten eri viestinten parissa käyttämää aikaa, Finnpanel tekee säännöllistä radio- ja televisioyleisöjen seurantatutkimusta mediayhtiöiden tarpeisiin, ja erilaiset tutkimuslaitokset (esim. A. C. Nielsen) keräävät internetin käytöstä jatkuvasti tietoja. Suomen kustannusyhdistys kokoaa vuosittain kustannusalan tilastoja, ja Tilastokeskus kokoaa edellä mainittuja tutkimuksia viestintätalustoiksi, joissa kerrotaan toimialoittain median taloudesta, tuotannosta ja kulutuksesta (Tilastokeskus 2010; 2012). Tilastokeskus tekee myös omia tutkimuksia suomalaisten vapaa-ajasta ja ajankäytöstä (Liikkanen 2009; Tilastokeskus 2009) sekä tieto- ja viestintäteknikan käytöstä (Tieto- ja viestintäteknikan käyttö 2010).

2010-luvun alussa mediatatolot ja erilaiset tutkimusyksiköt ovat yhdistäneet voimavaransa Tekes-rahoitteisessa NextMedia-ohjelmassa kehittämään uusia liiketoimintamalleja verkkoviestinnän leviämisen mullistamalle media- ja kustannusallalle. Ohjelmaan liittyy sähköistä lukemista kartoittava eReading-hanke, jossa selvitetään monin tavoin ihmisten mediankäyttöä ja sähköisen lukemisen mahdollisuuksia (esim. Kallenbach 2011; Nurmi 2011).

Monet nykyisistä eurooppalaisista tutkimuksista pohjautuvat PISA-tutkimukseen ja keskittyvät uusiin sähköisiin lukemisympäristöihin (esim. Gil-Flores ym. 2012). Aasialainen lukemistutkimus tuntuisi puolestaan keskittyvän enemmän joko kehittyviin tai potentiaaliin lukemiskulttuureihin esimerkiksi Lähi-idässä tai sähköisten tekstien lukemiseen erityisesti Itä-Aasian teknologisen eturintaman talouksissa Kiinassa, Koreassa ja Japanissa.

Yhdysvalloissa on tutkittu runsaasti nuorten ja opiskelijoiden lukemistottumuksia. Tutkimusten mukaan vapaa-ajan lukeminen on 2000-luvulla selvästi vähentynyt ja lukeminen keskittynyt ennen muuta opintoihin liittyviin teksteihin. Vaikka opiskelijat ilmaisevat nauttivansa vapaa-ajan lukemisesta ja pitävät sitä tärkeänä, he eivät kuitenkaan harrasta vapaa-ajan lukemista läheskään niin usein kuin muuta mediaa. Toisaalta internetin käyttö ei väistämättä vähennä lukemista, vaan nykyinen mediankäyttö on usein eri viestinten samanaikaista simultaanikäyttöä. Lukemiselta vievät eniten aikaa opiskelu ja sosiaalinen elämä. Naispuoliset opiskelijat lukevat miehiä enemmän. (Mokhtari ym. 2009; Braguglia 2005; Sheorey & Mokhtari 1994.)

Suomea yhteiskuntajärjestelmältään muistuttavassa Kanadassa ei sen sijaan ole havaittu vastaavanlaista pudotusta 16–24-vuotiaiden lukemistottumuksissa kuin Yhdysvalloissa. Kanadalaisen tutkimuksen mukaan 84 prosenttia 16–24-vuotiaista oli ostanut 2010-luvun taitteessa kirjan vapaa-ajan lukemiseksi, eivätkä tämän ryhmän lukutottumukset olleet parissakymmenessä vuodessa radikaalisti muuttuneet (Parlette & Howard 2010).

Lukemistottumuksissa on siten suuria kansallisia eroja, jotka selittyvät yhteiskuntien, koulutuksen, lukemiskulttuurien ja mediajärjestelmien historiallisilla eroavaisuuksilla. Lukeminen ei palaudu pelkkään teknologiaan, eikä lukeminen muutu väistämättä teknologian mukana. Suuri merkitys lukemisen muutoksissa on erilaisilla yhteiskunnallisilla instituutioilla, kuten koululla ja kirjastolla. Lukemisen muutoksia vauhdittaa esimerkiksi se, että akateemisessa maailmassa on siirrytty koko ajan enemmän sähköisiin julkaisuihin (Shabani ym. 2011; Tenopir ym. 2009).

2. LUKUTAITO, LUKEMINEN JA YHTEISÖLLISYYS

Mut se lukeminen on aina ollu semmonen hirmu henkilökohtanen juttu. Ei mulla oo kaveripiirissä semmosia, joiden kanssa tulis hirveesti puhuttua kirjoista.

(Teemahaastateltava, mies 21 v.)

Lukeminen on perinteisesti ymmärretty yksilölliseksi ja jopa yksinäiseksi puuhaksi, jonka taustalla on lukutaidon oppiminen. Lukutaito on tätä kautta mielletty paljolti mekaanisen harjoittelun tuloksena opituksi henkilökohtaiseksi taidoksi, joka omaksutaan yleensä 5–7-vuotiaana painotuotteita lukemaan harjoittelemalla. Kuva Jukolan veljeksistä koulun penkillä aakkosia tavaamassa on piirtynyt suomalaiseen kansalliseen muistiin ja määritellyt kansakunnan käsityksiä lukutaidosta 2000-luvulle saakka. Suomalaiset koululaiset syventyvät edelleen ensimmäisenä tällaisen lukutaidon harjoitteluun. Oppi menee myös perille. Kansainvälisten vertailujen mukaan (esim. PISA-tutkimukset) suomalaiset ovat hyviä lukijoita, ja lähes koko kansa on lukutaitoinen.

Lukemisella voidaan viitata siis joko toimintaan tai kognitiiviseen taitoon. Lukutaito-käsitettä käytetään kuitenkin myös laajemmassa merkityksessä kuvaamaan kykyä tulkita, eritellä ja käyttää hyväksi lukemaansa tai näkemäänsä analyttisesti. Esimerkiksi PISA-tutkimuksissa lukutaito jäsennetään kolmen aspektin avulla tiedonhauksi, luetun ymmärtämiseksi ja tulkitsemiseksi sekä luetun pohdinnaksi ja arvioinniksi (ks. Sulkunen 2012, 14). Arkikäytössä lukemisen sanan konnotaatiot liittyvät yhä ennen muuta painettuun sanaan. Esimerkiksi *Kielitoimiston sanakirja* tarjoaa lukutaidon ensimmäiseksi määritelmäksi ”kirjan lukemista”. Joskus lukeminen ymmärretään arkipuheessa vapaa-aikaan liittyväksi kaunokirjallisuuden lukemiseksi, vaikka kaunokirjallisuus on kuitenkin vain yksi lukemisen osa-alue tai kohde (ks. Griswold ym. 2011; Williams 2004; Saarinen ym. 2001, 41). Myös lehtien lukeminen on perinteisesti liitetty lukutaitoon, ja onpa Suomessa käytetty tapa tekstittää (eikä ”dubata” eli puhua päälle) ulkomaiset televisio-ohjelmat mainittu yhdeksi syyksi sille, että suomalaiset oppivat varhain hyviksi ja nopeiksi lukijoiksi.

Edellä kuvatut käsitykset lukutaidosta ja lukemisesta ovat edelleen ajankohtaisia. Ilman teknistä lukutaitoa, kirjainten oppimista ja kykyä tulkita sanojen merkityksiä mikään lukeminen ei olisi mahdollista. Viimeisen parin vuosikymmenen aikana on kuitenkin oivallettu, että lukemisessa on kyse paljon muustakin kuin vain sanojen mekaanisesta tunnistamisesta tai edes luetun kriittisestä ymmärtämisestä ja arvioinnista. Pelkän yksilöllisen taidon lisäksi lukemisessa on usein kyse myös erilaisista viestinnän ja vuorovaikutuksen muodoista ja sosiaalisista käytännöistä. Lisäksi tekstimuodot ovat moninaistuneet suuresti mediaympäristön muutosten myötä. Ihmiset lukevat nykyään valtavia määriä hyvin erityyppisiä tekstejä.

Näin ollen ei ole ihme, että lukeminen ja lukutaito voidaan ymmärtää käsitteinä monin eri tavoin (ks. Gee & Hayes 2011, 14). Tässä luvussa perehdytään erityisesti mediakasvatuksen piirissä viime vuosikymmenien aikana käytyyn lukutaito-keskusteluun, lukutaitojen moninaistumiseen ja sosiokulttuurisen lukutaitokäsityksen yleistymi-

seen. Voidaan väittää, että lukeminen tulisi nykyään ymmärtää huomattavasti laajemmin kuin arkikäsitteet lukemisesta antavat olettaa. Lukemisen ymmärtäminen sosiaalisiksi käytännöiksi voi auttaa myös uudessa mediaympäristössä painiskelevia media- ja kustannusyriksiä muokkaamaan toimintaansa nykypäivän vaatimusten mukaisiksi ja löytämään tuotannoilleen uusia lukijoita (so. kuluttajia).

Seuraavaksi esitellään ensin kolme keskeistä näkökulmaa lukemiseen: sosiokulttuurinen lukutaito, tekstien ymmärtäminen multimodaalisina merkityskokonaisuuksina ja lukemisen yhteisölliset ulottuvuudet. Niiden jälkeen siirrytään tarkemmin yhteisön käsitteeseen, jonka ymmärryksessä tapahtuneita muutoksia tarkastellaan erityisesti postmodernin yhteisöllisyyden ja verkkoyhteisöjen kautta. Luvun lopussa pohditaan vielä, miten lukeminen ja yhteisöllisyys on 2000-luvun alussa liitetty toisiinsa ja miksi on alettu puhua uudesta lukemisesta ja uusista lukemiseen liittyvistä yhteisöistä.

Lukeminen sosiokulttuurisena taitona

... luen aika paljon semmosia foorumeja, mis on niinku tietynlainen konsensus siit asiasta, mikä on ihan erilainen ku se, mitä mä ite ajattelen. Mä aika pitkälti luen sellasii erilaisist asioista...

(Teemahaastateltava, nainen 25 v.)

Lukeminen ymmärrettiin 1970-luvulle saakka yksilön kognitiiviseksi kyvyksi, joka perustuu erityisesti aakkosellisen tekstin hallintaan. Uudet lukutaitokäsitteet korostavat kuitenkin lukemisen ja kirjoittamisen sosiaalista luonnetta. Kuten aihetta tutkinut James Paul Gee esittää: ”Perinteisesti lukutaito on nähty pääosin psykologisena kykynä – jonain mikä on tekemisissä ’pään’ kanssa. Me sitä vastoin näemme lukutaidon sosiaalisena käytäntönä – jonain mikä on yhte-

ydessä sosiaaliin, institutionaaliin ja kulttuurisiin suhteisiin.” (Sit. Lankshear & Knobel 2006; Lankshear ym. 2002.)

Perinteinen käsitys yksinäisestä lukijasta on pitänyt tietynlaista akateemista ja analyttistä lukemista muita lukemisen tapoja parempana. Tällainen käsitys lukemisesta suosii painettua sanaa ja siihen liittyviä kirjallisia arvoja (Long 2003, 2–3, 11). Lukeminen ei kuitenkaan ole vain yksinäistä toimintaa kirjallisuuden maailmassa. Lukeminen ei myöskään ole vain kirjojen lukemista, vaikka lukeminen arkikielessä liitetäänkin yleensä nimenomaan kirjallisuuteen (vrt. Williams 2004). Lukijat on alettu tutkimuksissa ymmärtää yhä enemmän itse järjestäytyväksi ryhmäksi, joka tuottaa dynaamisesti kulttuurisia merkityksiä ja jonka lukemisesta saama tyydytys tulee osittain lukukokemusten jakamisesta ja vertailusta muiden kanssa (Pagliassotti 2008).

Lukutaitoa ja mediakasvatusta pohtinut ryhmittymä The New London Group kehitti jo 1990-luvulla ajatusta siitä, että lukeminen ei ole tietystä mielessä erotettavissa kirjoittamisesta. Ryhmä lainasi jälkistrukturalistista tekstiteoriaa ja korosti merkitysten muodostumisen prosessia teknisen lukemisen tai kirjoittamisen sijaan. Tästä näkökulmasta kuunteleminen ja lukeminen ovat itsessään tekstien tuottamista, omiin kiinnostuksen kohteisiin ja elämäkokemuksiin perustuvaa merkitysten tuottamista (Cazden ym. 1996). New London Group nimitti ”suunnitteluksi” (*designing*) ihmisten toimintaa erilaisten tekstien kanssa. Ryhmän mukaan lukeminen, näkeminen ja kuunteleminen ovat kaikki suunnittelun resursseja (mt., 73–77). Teemme ”suunnittelua” ja yhdistelyä koko ajan, kun muodostamme merkityksiä – kun esimerkiksi lainaamme muiden sanoja tai kuvia, tulkitsemme jotain uudelleen tai välitämme viestejä sosiaalisen median avulla.

Niin sanottu sosiokulttuurinen lukutaitokäsitys ymmärtää kieli- taidon, lukemisen ja kirjoittamisen merkityksiä luoviksi, sosiaalisiksi ja kulttuurisiksi käytännöiksi, eikä niinkään yksilöllisiksi taidoiksi (esim. Kupiainen & Sintonen 2009, 44–46). Lukutaitoa pidetään

tässä näkökulmassa tilannesidonnaisena toimintana, jossa lukeminen ja kirjoittaminen ovat tekstitaidon kaksi eri puolta. Kyse on tekstikäytänteiden hallinnasta eli tekstien kanssa tulkitsijana ja tuottajana toimimisesta. Tekstikäytänteet ovat tilannesidonnaisia ja liittyvät aina ympäröivään kontekstiin ja käsillä olevaan tehtävään (Luukka ym. 2008, 19–20). Esimerkiksi koulussa käytetään erilaista kieltä kuin vapaa-ajalla tai kotona (Gee & Hayes 2011; Luukka ym. 2008). Kun lukutaitoa lähestytään käytäntöjen näkökulmasta, tärkeää on lukutaidon soveltaminen jossakin tarkoituksessa ja käyttötilanteessa. Tällöin lukutaito voi olla vaikkapa kalenterin käyttöä, päiväkirjojen tai blogien lukemista ja kirjoittamista, iltasatujen lukemista tai animaatioiden tekemistä. (Kupiainen & Sintonen 2009, 46.)

Gunther Kressin (2003) mukaan 2000-luvulla on osattava käyttää monia eri lukutaitoja, jotta voi vastata tietoyhteiskunnan haasteisiin ja hallita poliittisen, taloudellisen ja teknologisen maailman monimuotoisuutta. On tärkeä huomata, että eri teksteistä voidaan luoda eri tavoin merkityksiä. Esimerkiksi liikkuva kuva, animaatio, grafiikka ja kartat muodostavat hyvin erityyppisiä lukemisen kohteita sekä toisiinsa että painettuun sanaan verrattuna. Lukemiseen voi näin ollen sisältyä kuvia, digitaalisessa muodossa olevaa informaatiota, eleitä, ääntä, liikettä, musiikkia ja painettua sanaa. Tämä käsitys eroaa opetussuunnitelmia vielä pitkälti hallitsevasta perinteisestä käsityksestä, jossa lukeminen on paljolti painetun sanan ymmärtämiseen liittyvä yksilötason psykologinen prosessi.

Lukemisen sosiokulttuurisuus tulee esille kuitenkin myös koulussa oppilaiden erilaisina lukutapoina. Kaksi samaan päämäärään pyrkivää opiskelijaa rakentaa merkityksiä eri tavoin jo pelkästään siksi, että he tuovat tehtävään mukanaan erilaiset taustatiedot. Erilaisten taustojen lisäksi oppilaat käyttävät erilaisia tiedonhakustrategioita, seuraavat erilaisia tiedonhakureittejä, lukevat erilaisia tietokokonaisuuksia, tekevät erilaisia kriittisiä päätelmiä lukemastaan ja kiinnittävät huomiota hyvinkin erilaisiin tiedon elementteihin.

Kiteytyksenä: yksinkertaisimmillaan lukutaidoissa on kyse tek-
nisistä tai operationaalisista taidoista lukea ja tulkita tekstejä niiden
käyttöyhteyksissä. Pidemmälle viedyt lukutaidon vaatimukset edel-
lyttävät analyttisyyttä ja kriittistä kykyä tekstien ilmaisutapojen,
päämäärien ja rajoitteiden ymmärtämiseksi. (Kupiainen & Sintonen
2009, 55–58.) Kun lukemista ei rajoiteta ainoastaan merkitysten
vastaanottoon tai tulkintoihin, lukutaito laajenee entisestään teks-
tien muokkaamisen ja tuottamisen alueille. Tästä sosiokulttuurisesta
näkökulmasta lukeminen ei ole vain olemassa olevien järjestelmien
käyttämistä, vaan myös näiden järjestelmien muokkaamista ja tuot-
tamista yhdessä toisten lukijoiden kanssa. (Mt., 78–88.)

Multimodaaliset tekstit

*... netis on helpompi jakaa just noita lyhyitä teks-
tejä, artikkeleja, uutisia, tommosta, että.. jos joku
uutinen tai artikkeli on oikein sellanen et se herättää
hetkessä tunteita ihmisissä, niin kyllä se samantien
leviää yleensä aika kulovalkean lailla sitte sen verkon
läpitte siellä Facebookissa, esimerkiks.*
(Fokusryhmähaastateltava, mies 24 v.)

Törmäämme päivittäisessä elämässämme valtavaan määrään erilaisia
viestinnän ”moodeja”: kieleen, kuviin, musiikkiin, ääniin, pintoihin ja
eleisiin. Eri moodit toimivat merkitysten välittämisessä sekä erikseen
että vuorovaikutuksessa toistensa kanssa. Elämme toisin sanoen hyvin
multimodaalisessa viestintä- ja mediaympäristössä. Gunther Kress
ja Theo van Leeuwen (2001, 20) määrittelevät multimodaalisuu-
den usean viestinnän moodin käyttämiseksi merkityksiä välittävän
tuotteen tai tapahtuman suunnittelussa. Multimodaalisuus liittyy
lisäksi näiden tuotteiden tai tapahtumien tuotantotapoihin – siihen,

kuinka eri moodit on liitetty toisiinsa. Moodit voivat vahvistaa toisiaan, niillä voi olla täydentävä rooli tai ne voivat olla hierarkkisesti rakentuneita.

Nykyinen verkkomedian aikakausi korostaa viestinnän multimodaalisuutta. Siinä missä vielä 1900-luvun jälkipuolellakin kirjallinen ilmaisu oli kohtuullisen helppo erottaa kuvallisesta, liikkuva kuva still-kuvista ja ääni visuaalisesta ilmaisusta, digitaalinen ja konvergoituva mediaympäristö on hämärtänyt tällaisia erontevoja viimeistään 2000-luvun taitteesta (Lehtonen 1999). Nettisukupolvi on tottunut aivan toisella tavalla multimodaaliseen viestintäkulttuuriin kuin sitä vanhemmat ”analogisen” ajan mediasukupolvet, joille viestinnän eri muotojen eroilla ja niihin liittyvillä instituutioilla on ollut suuri merkitys.

On jopa esitetty, että digiajalla kasvaneet nuoret ajattelevat ja prosessoivat tietoa eri tavalla kuin analogisen ajan kasvatit. Marc Prensky kutsuu näitä nuoria ”diginatiiveiksi” erotuksena aikaisemmista sukupolvista, joita hän nimittää ”digitaalisiksi maahanmuuttajiksi”. Prenskyn mukaan diginatiiveille on tyypillistä nopeus ja monien prosessien samanaikainen tekeminen. (Prensky 2001.) Sähköistä lukemista käsittelevät psykofysiologiset tutkimukset tukevat ajatusta siitä, että nuorempien sukupolvien edustajat omaksuvat vanhempia nopeammin uusien laitteiden käytön ja että heitä myös viehättää uuden viestintäympäristön nopea ärsykevirta keskimäärin vanhempia lukijoita enemmän (esim. Kallinen ym. 2011). Toisaalta on myös mahdollista, että online-teksteissä on elementtejä (taiton tavat, muotoilut, mainonta, liikkuvat elementit), jotka häiritsevät lukemista painettua tekstiä enemmän (ks. Simola 2011). Diginatiivit ovat median simultaanikäyttäjiä: heillä on jatkuvasti auki monta eri kanavaa, joiden syötteet muokkaavat heidän mediapolkunsa tietynlaiseksi. Verkon aikakaudella lukemisen kohteet vaihtelevat painetuista sähköisiin, audiovisuaalisista lingvistisiin.

Amerikkalaisen tutkimuksen mukaan nuorten painettujen lehtien ja kirjojen lukeminen oli vähentynyt Yhdysvalloissa vuosina

2005–2010 seitsemällä minuutilla kahteentoista minuuttiin päivässä. Toisaalta nuoret lukivat aikakaus- ja sanomalehtiä nimenomaan verkossa. Kymmenesosa vastaajista luki lehensä verkossa, ja heidän lukemiseen käyttämänsä aika (21 minuuttia) oli kymmenkertainen verrattuna kaikkien vastaajien keskiarvoon. (Rideout ym. 2010, 22.) Yhdysvallat ei rinnastu suoraan Suomeen, mutta kansalliset lukijatutkimukset osoittavat, että painettujen lehtien lukeminen on vähentynyt erityisesti nuorten ikäryhmien joukossa myös Pohjoismaissa. Elämme jonkinlaista kirjallisen ja digitaalisen kulttuurin murroskohtaa, jossa lukeminen ei välttämättä sinänsä vähene, mutta sen toimintaympäristöt ja kohteet muuttuvat kenties radikaalisti (Gee & Hayes 2011, 20).

Lukemisympäristöjen muuttuessa nykypäivän lukutaito vaatii kykyä tulkita ja ilmaista ajatuksia monissa eri representaatio- ja merkitysjärjestelmissä (kuten puhuttu tai kirjoitettu sana, liikkuva tai still-kuva, musiikki, 3D-mallit). Jokaisella mediavälineellä on omat tiedon tuottamisen ja järjestämisen tapansa, joissa uuden mediamaisen osallistujat oppivat navigoimaan ja valitsemaan kulloiseenkin tilanteeseen sopivimman tavan ilmaista ajatuksiaan (Kress 2003). Muista moodeista irrallisia tekstimuotoja on jatkuvasti vaikeampi löytää, ja tarkemmin ajatellen tekstimuodot ovat aina multimedialisia: kirjoitus tai painettu sana on myös visuaalista ja kuvallista ilmaisua, puhe taas äänen ja kirjoitusmerkkien sekoitusta (Kupiainen & Sintonen 2009, 69–70).

On myös hyvä muistaa, että painettu sana kattaa eri viestintävälineitä, kuten sanoma- ja aikakauslehdistön, kirjan ja muut painotuotteet. Siihen sisältyy myös monia genrejä, kuten asia- ja ajanvietejulkaisut, journalismi, tieto- ja kaunokirjallisuus kaikkine lajityypeineen. Mikko Lehtosen (2001, 22) mukaan termi ”painettu sana” onkin tässä mielessä abstraktio. Se ei ole niinkään tietty olemassa oleva ja selkeä oliojoukko, vaan sekalainen kokoelma erilaisia kulttuurisia muotoja ja käytäntöjä, joille löydetään yhdistäviä piirteitä. Lehtosen mukaan ratkaisevaa on kulttuuriin ja sosiaalisiin suhteisiin

liittyvä painetun sanan käyttö: se, kuka sitä käyttää, kuka sitä valvoo ja mihin tarkoituksiin sitä käytetään. Lehtonen myös muistuttaa, että painettu sana on elänyt pitkään symbioosissa muiden median muotojen kanssa (mt., 104–105).

Lukemisen kohteita tai muotoja ei siten voi pitävästi rajata viestintävälineittäin tai muilla vastaavilla perusteilla, vaan on hyväksyttävä se tosiasia, että nykyinen media- ja viestintäympäristö korostaa tekstin multimodaalisuutta. Keskeistä onkin selvittää erilaisten lukemisen ja tekstimuotojen suhteita toisiinsa. Määritteleekö painettu sana edelleen lukemiseen liittyviä käsityksiä, tapoja ja kokemuksia? Mikä on painetun sanan asema ja rooli nykyisissä lukemisen käytännöissä ja missä määrin verkkoviestintä haastaa tai muuttaa painetun sanan merkityksiä?

Lukeminen sosiaalisena toimintana

*... tunsin halua kuulua. Mä koskaan sitte menny-
sen rajan yli, et olisin jotenkin itse siihen liittyny. Et
musta ylipäättään se kirjautuminen erilaisiin paik-
koihin ja palveluihin on se, mikä rajaa mut usein
ulos. Et heti ku kysytään jotakin käyttäjätunnusta ja
salasanaa, ni mä oon poissa jo.*

(Fokusryhmähaastateltava, mies 37 v.)

Lukemisessa on aina kyse myös sosiaalisista käytännöistä. Lukemaan ei opita yksin, eikä merkityksiä muodosteta tyhjiössä. Ensimmäiset sanat opitaan usein vanhempien kanssa kuvakirjoja tavaamalla. Lukeminen on viestintää ja viestintä vuorovaikutusta sekä yhdessä toimimista (kommunikaatiota). Jos lukeminen ymmärretään laajemmin erilaisten tekstimuotojen merkityksiä tuottaviksi käytännöiksi, lukemisen sosiaalisuus korostuu entisestään. Merkityksiä tuottavana

käytäntönä lukemisessa on kyse jopa identiteettien muodostumisesta ja siitä, kuinka kukin elää elämäänsä.

Lukemiseen liittyvät käyttäytymismallit kehittyvät monissa eri toimintayhteisöissä, kun osallistujat pyrkivät yhteisiin tavoitteisiin tai rakentavat identiteettiään suhteessa näihin yhteisöihin. Osallistujat tuovat yhteisöihin omat elämäkokemuksensa tai elämismaailmansa (*lifeworlds*), ja siten yksilöt ja yhteisöt ovat vuorovaikutuksessa toisiinsa (Cope & Kalantzis 2002). Jotkut tutkijat ovat esittäneet, että viestintä riippuu nimenomaan ”tulkitsevasta yhteisöstä”, joka päättää että maailmasta ilmaistaan jotakin. Se, miten viestinnän intentio ja tulkinta sopivat yhteen, riippuu kontekstista. (Kress & van Leeuwen 2001, 4–8.) Lukemisen harjoittelu koulussa on tavallaan omanlainen toiminta- tai tulkintayhteisö ja lukemisen konteksti.

Kaikki lukemisen yhteisöllisyys ei ole ymmärrettävissä fyysisenä vaan pikemminkin välineellisenä yhteisöllisyytenä. Kirja on väline kirjoittajan, kustantajan ja lukijan välillä. He eivät välttämättä ole muuten millään tavalla yhteydessä toisiinsa. Kuten Mikko Lehtonen kirjoittaa: ”Kirjallisuudessa solmiutuu suhteita paitsi kirjoittajien ja lukijoiden välille, myös kirjoittajien, toisten kirjoittajien, kustantajien ja kriitikoiden välille. Eräässä tärkeässä mielessä kirjallisuus myös muodostuu näistä ihmisten välisistä suhteista. Kun joku identifioi itsensä ’kirjallisuusihmiseksi’, hän ei samastu yksin painotuotteisiin, vaan myös joukkoon ihmisiä – muihin kirjallisuudenharrastajiin tai alan ammattilaisiin. Käynnissä on jatkuvaa keskinäistä määrittelyä.” (Lehtonen 2001, 159.)

Lukemiseen, lukemisen kohteiden valintaan ja lukukokemusten jakamiseen liittyy paljon tällaisia todellisia tai kuvitteellisia suhteita, joiden avulla rakennetaan kuvaa itsestä lukijana ja yhteisön jäsenenä. Osa näistä suhteista liittyy lukijaidentiteettien rakentamiseen: samastumiseen tiettyyn ryhmään ja erottautumiseen toisista. Kaukokirjallisuuden klassikoiden lukeminen tuottaa kulttuuri- tai sivistyspääomaa, jolla voi erottautua vähemmän ”lukeneista”. Toisaalta

tiettyjen aihepiirien tai genrejen suosiminen yhdistää joitakin lukijoita ja erottaa heitä toisista.

Esimerkiksi Janice Radwayn (1984) kulttuurintutkimuksen klassikko selvitti pohjoisamerikkalaisten naisten lukijaryhmän romanttisten harlekiinikirjojen lukemista jo 1980-luvun alussa. Kioskeissa ja supermarketeissa myytävät harlekiinit on luokiteltu kirjallisuuden alimpaan kastiin, mutta Radwayn tutkimille naisille niillä oli suurta henkilökohtaista ja yhteisöllistä merkitystä. Perheen askareisiin sidotut kotirouvat käyttivät harlekiinien sinänsä konservatiivisia kertomuksia omien psykologisten ongelmiansa jäsentämiseen sekä oman ajan, tilan ja yhteisten puheenaiheiden löytämiseen.

Internetin aikakaudella tällaiset lukemisen arkiset ja yhteisölliset ulottuvuudet korostuvat entisestään. Verkkoympäristössä lukeminen muuttaa usein luonnettaan yksittäisten teosten haltuun ottamisesta viestinnällisempään ja sosiaaliseen suuntaan (ks. Nurmi 2011, 4). Digitaalisen ajan kulttuuria onkin luonnehdittu osallistumiseen, jakamiseen, levittämiseen, kierrättämiseen ja yhteisöllisyyteen liittyvin termein. Yleisesti sitä voidaan kutsua osallisuuden kulttuuriksi (*participatory culture*). (Jenkins 2008, 3; Kupiainen & Sintonen 2009, 14.) Teknoutopistien mukaan verkossa lukemista määrittää ennemminkin merkitysten tuottaminen yhdessä kuin yksilölliset tulkintataidot. Yhdessä asioiden kehittämisen voimaa on kuvattu ”joukkoälyn” (*collective intelligence*) käsitteellä (esim. Jenkins 2008, 52–54).

On kuitenkin hyvä muistaa, että eri ryhmiin osallistuvat eivät aina netissäkään toimi yhdessä. Verkossa voi olla yhtä yksin kuin reaaliaimailmassa. Internet mahdollistaa myös vastaavan välillisen viestinnän tuntemattomien ihmisten tai heidän tekemiensä sisältöjen kanssa kuin perinteinen joukkoviestintä tai kirjallisuus. Tällainen nettiyhteisöllisyys on varsin löyhää ja välineellistä. Verkkoympäristössä näkee myös samaa kulttuuristen erojen rakentamista lukemisen tapojen ja kohteiden avulla kuin painetun sanan yhteydessä. Jotkut

pitävät omaa verkkokäyttöään parempana kuin toisten tapoja toimia verkossa. Tällaiset erot saattavat jopa kärjistyä, kun niihin liittyy julkista mielipiteenvaihtoa.

Työelämän, yksityiselämän ja julkisen vuorovaikutuksen elämänpiirien väliset rajat ovat myös liukenemassa paljolti muuttuneen viestintäympäristön seurauksena. Olemme yhä enemmän samanlaisesti sekä yksityisiä kavereita, työelämän toimijoita että kansalaisia. Kun alakulttuuriset yhteisöt lisääntyvät, median yleisöt hajoavat ja jakaantuvat pienemmiksi osayleisöiksi. Näillä muutoksilla on vaikutuksensa lukemisen yhteisöllisyyteen. Kukaan ei kuulu vain yhteen yhteisöön, vaan moniin toisiinsa lomittuviin yhteisöihin (Kalantzis 1995, sit. Cazden ym. 1996).

Lukemisen sosiaalisissa muodoissa on nähty myös mahdollisuuksia, kun painotuotteisiin perustuva kustannusala yrittää kehittää uudenlaista liiketoimintaa digitaalisessa verkkoympäristössä. Sosiaalisen lukemisen konsepti on yksi avaus, jossa huomiota kiinnitetään erityisesti luettavan helppoon löytämiseen, jakamiseen ja lukemisharrastukseen liittyvien ongelmien yhdessä ratkomiseen (Laine & Kuula 2012). Konseptiin kuuluu esimerkiksi digitaalisten kirjahyllyjen rakentaminen ja sähköisten kirjakerhojen tai lukijayhteisöjen vuorovaikutuksen mahdollistaminen.

Samalla kun lukeminen muuttuu yhä yksilöityneemmäksi pienten osayleisöjen toiminnaksi, noiden osayleisöjen sisäinen vuorovaikutus, viestintä ja yhteisöllisyys saattavat vahvistua uusien sosiaalisen median muotojen myötä. Samalla yksityiselämästä tulee aiempaa julkisempaa. Sosiaalisen median kautta elämme eräänlaista ”julkisen yksityisyyden” aikaa.

Uudet lukutaidot muuttuvat jatkuvasti yhteisöllisen teknologian mukana, kun ihmiset määrittelevät lukemisen käytäntöjä uudelleen pelatessaan virtuaalisia roolipelejä, kommunikoidessaan chat-ympäristöissä tai jutellessaan toisilleen videokameran välityksellä (Leu ym. 2004, 1). Verkkoympäristön tuottamat uudet lukutaidot rakentuvat paljolti avoimen sosiaalisen kanssakäymisen varaan, mutta toisaalta

netti tuottaa myös eriytynyttä yhteisöllisyyttä: suljettuja keskustelufoorumeita, kaverilistoja, alakulttuureja ja blogirinkejä. Tekstit ovat yhä laajemmin saatavilla, mutta samalla tiettyjä keskusteluja halutaan myös käydä yhä enemmän sisäpiireissä ja yksityisviesteinä. Näin ollen verkkoympäristö tavallaan toistaa lukemisen yhteisöllisyyteen jo aiemmin kehittyneitä muotoja, mutta samalla kiihdyttää niitä ja tekee ne entistä julkisemmiksi ja näkyvämmiksi.

Yhteisö ja yhteisöllisyys

*... en mä sellasissa ryhmissä oo, jossa olis vain tunte-
mattomia ihmisiä tai muuta. Mut sitten jos on jossain
ryhmissä mukana, niin ne on sit sellaisia, missä on
arkielämässäkin. Esimerkiks just joku kuoro tai muu,
niin totta kai mä oon sit kuoron Facebook-ryhmässä
kun mä oon kerran siinä kuorossa.*

(Teemahaastateltava, nainen 25 v.)

Yhteisöä käytetään yleisesti erilaisten ryhmämuodostelmien yleisnimityksenä. Vuosisatojen saatossa yhteisinä on voitu pitää ihmiskuntaa, kristikuntaa, kansakuntaa, valtiota, yhteiskuntaa, erilaisia värin, rodun tai kielen mukaan määrittyviä ihmisryhmiä, vaihtelevan kokoisia alueellisia ja aatteellisia muodosteita, erikokoisia pienryhmiä, joiden vuorovaikutusmuodot vaihtelevat välittömistä fyysisistä suhteista jonkin aatteen yhdistämään kuvitteelliseen tai todelliseen ihmisjoukkoon. Yhteisökonseptin ala on siten hyvin laaja ihmiskunnasta pariin kolmeen ihmiseen ja alueellisesti koko maapallosta yhteen ruokakuntaan. Taloudellisten, poliittisten tai alueellisten seikkojen lisäksi yhteisö voi perustua sukulaisuuteen, intresseihin, uskomuksiin, yhteisiin toimiin, vuorovaikutukseen, seurusteluun, harrastuksiin, maailmankatsomuksiin, mieltymyksiin tai tunteisiin. (Lehtonen 1990, 15.)

Kaikkein yleisimmillään yhteisö viittaa ihmisten välisen vuorovaikutuksen tapaan, yhteisyyteen, ihmisten väliseen suhteeseen tai siihen, mikä on tietylle ihmisryhmälle yhteistä. Käsitteellä ei tällä yleisellä tasolla kuitenkaan ole sosiologi Heikki Lehtosen mukaan tutkimuksessa tarvittavaa erottelukykä, eikä se juurikaan auta ymmärtämään nykypäivän yhteisöjä ja niistä käytyä keskustelua. (Lehtonen 1990, 15.) Tarvitaan tarkempia yhteisön määritelmiä.

Yksi ulottuvuus yhteisöjen jäsentämisessä on ollut niiden sisäisen koheesion ja yhteenkuuluvuuden aste. Usein pieniä yhteisöjä pidetään sisäisesti tiiviimpinä kuin suuria. Toinen yhteisön yhteenkuuluvuuteen liittyvä ominaisuus on se, kuinka läheisesti sen jäsenet ovat toistensa kanssa tekemisissä ja kuinka hyvin he tuntevat toisensa. Pienissä yhteisöissä jäsenet tavallisesti tuntevat toisensa paremmin kuin suurissa yhteisöissä ja heidän välilleen kehittyä läheisiä suhteita ja tunnesiteitä.

Sosiologian teorian historia on usein rakentanut modernisaation muutosvaiheesta kertomuksen ”aidon” yhteisön hajoamisesta, jossa kaupungistuminen ja teollistuminen purkivat perinteisiä agraariyhteisöjä ja kokosivat suuria ihmisjoukkoja tiiviisiin kaupunkiympäristöihin. Sosiologian klassikon Ferdinand Tönniesin (2002 [1887]) jaottelu yhteisöön (*Gemeinschaft*) ja yhteiskuntaan (*Gesellschaft*) paalutti tämän kertomuksen, vaikka Tönnies itse ei juuri arvottanut erilaisia yhteisöllisyyden muotoja (ks. Brint 2001, 2–3). Agraariajan pienyhteisöissä ihmiset tunsivat toisensa, heidän elämänsä suorastaan riippui yhteisön muista jäsenistä ja sosiaaliset suhteet olivat siten ”aitoja”. Sosiologian kriittisen kertomuksen mukaan agraariyhteisö oli sisäsyntyinen, kumpusi ihmisten haluista ja tarpeista. Kaupungeissa ihmiset vieraantuvat tällaisesta yhteisöllisyydestä. Kaupungissa vastaan tulee lähinnä tuntemattomia, eivätkä ihmiset tunne kuin pienen osan lähellä asuvista ja työskentelevistä. Sosiaaliset siteet jäävät näin ollen väljiksi ja yhteisön voima heikoksi. Tilalle tulevat yhteiskunnan järjestäytynyt pakkovalta ja sisäistetyt normit, jotka pitävät yhteisöä keinotekoisesti koossa. Kaupunki on siten ulkoapäin järjestetty yhteisö.

Yhteisön rapautumiskertomuksen sytyttävyyys perustuu huoleen ”aidon” yhteisöllisyyden katoamisesta. Yhteisö on tämän ajattelutavan mukaan jotakin tavattoman arvokasta, mutta väistämättä kadonnutta tai katoamassa olevaa. (Lehtonen 1990, 21.) Kansallisvaltioiden synty ja vahvistuminen olivat osavastaus tähän puutteeseen. Kansallisen identiteetin vahvistaminen ja erottautuminen muista kansakunnista syntyperän, kielen, kulttuurin ja valtiorajojen avulla korvasivat perinteiset pienyhteisöt ihmisryhmää yhdistävänä rakenteena ja voimana.

Postmoderni yhteisön katoaminen

... se [Facebook] on mun mielestä hyvä esimerkki tästä ei oikeasta yhteisöstä, että ne ei kukaan siellä oikeesti tunne ketään toista. Vaikka ne tekee välillä yhdessä jotain, saa aikaan jotain yhdessä, niin se on sama: millä hetkellä hyvänsä ne saattaa kääntyä toisiaan vastaan yhtä lailla.

(Fokusryhmähaastateltava, mies 24 v.)

Nationalismin ja kirjallisuuden tutkija Benedict Anderson julkaisi 1983 kirjan, joka mullisti ymmärryksen kansakunnista yhteisöinä. Andersonin (2007) tunnetun määritelmän mukaan kansakunta on sosiaalisesti rakentunut kuviteltu yhteisö (*imagined community*). Anderson esitti, että kansakuntia ei itse asiassa ole olemassa kuin tietyssä kuvitellussa muodossa, saman näkemyksen jakavien ihmisten mielessä. Kansakunta rakentuu erilaisissa kertomuksissa, joita toistettiin kansallisvaltioiden rakentamisen yhteydessä erityisesti kirjallisuudessa ja lehdistössä. Myöhemmin myös muut viestintävälineet ja media-kulttuurin muodot ovat osallistuneet kansakuntien rakentamiseen. Esimerkiksi Suomesta ja suomalaisuudesta olisi vaikea puhua ilman

Snellmanin, Topeliuksen ja Kiven kirjallista tuotantoa tai vaikkapa myöhempiä Sibeliuksen sävellyksiä, talvi- ja jatkosotia käsitteleviä kirjoja ja elokuvafilmaisointeja tai median toistamia suomalaisten urheilusankarien menestystarinoita (ks. Lehtonen ym. 2004). Tässä mielessä yhteisön kulttuurinen rakentuminen on myös hyvin materiaalista: se tapahtuu erilaisten kulttuurituotteiden avulla (vrt. Olsen 2010).

Andersonin ajatuksia on sittemmin toistettu oikeastaan kaikkien yhteisöllisyyden muotojen yhteydessä. Jossain suhteessa kaikkia yhteisöjä voidaankin pitää kuviteltuina. Yhteisöt edellyttävät kertomuksia ja erontekoja, joilla rakennetaan yhteisön identiteettiä suhteessa muihin. Ne edellyttävät myös sitä, että yhteisön jäsenet jakavat ainakin jossain määrin käsityksen yhteisön tärkeimmistä rakennusaineista. Yhteisöt ovat toisin sanoen enemmän tai vähemmän rakennettuja. Andersonin jälkeen on ollut selvää, että viestinnällä ja medialla on suuri rooli modernien yhteisöjen muodostumisessa. Lukeminen on siten yksi modernin yhteisön muodostumisen lähtökohdista. Yhteisöissä on kuitenkin eroja sen suhteen, missä määrin ne perustuvat yhteisöllisyyden representaatioihin, mitkä ovat motiivit yhteisön rakentamisen taustalla ja millä keinoilla rakentaminen tapahtuu.

Viestinnän ja median rooli on korostunut edelleen niin sanotulla postmodernilla ajalla, joka on liitetty kansallisvaltioiden ja kansallisten yhteisöjen heikentymiseen. Kansallisvaltioita voidaan pitää modernin ajan ”suurina kertomuksina”, joiden avulla on rakennettu tietoisuutta yhteisöllisistä päämääristä (vrt. Lyotard 1985). Kansallisvaltiossa – oli se sitten kuinka kuviteltu yhteisö tahansa – ihmiset tiesivät paikkansa ja tehtävänsä kansakunnan osana. Postmodernilla ajalla valtion rooli on kuitenkin jatkuvasti heikentynyt kansalaisia yhdistävänä rakenteena. Sen tilalle on tullut yksilölähtöinen konsumerismi, jossa identiteettejä määritellään enenevässä määrin lyhytkestoisemmin, esimerkiksi kulutukseen liittyvien tyylien ja ryhmittymien perusteella. Postmoderni yhteisöllisyys pirstoo kansakuntaa pienempiin yksiköihin, joissa

yhdistävinä tekijöinä toimivat milloin mitkäkin henkilökohtaisiin makuihin, arvoihin ja mieltymyksiin liittyvät seikat.

Sosiologi Zygmunt Bauman (2002, 49) on todennut intiimien asioiden yhdessä jakamisen olevan postmodernin ajan suosituin ja kenties ainoa jäljellä oleva yhteisön rakentamisen menetelmä. Se pystyy kuitenkin tuottamaan vain ”yhteisöjä, jotka ovat yhtä hauraita ja lyhytikäisiä kuin sekalaiset ja alati vaihtuvat emotiot, jotka poukkoilevat yhdestä kohteesta toiseen ja etsivät etsimästä päästyään turvallista satamaa”. Näistä yhteisön muodoista Bauman (2002, 238) käyträä nimityksiä ”narikkayhteisöt”, ”naulakkoyhteisöt”, ”karnevaaliyhteisöt” ja ”eksplosiiviset yhteisöt”, jotka elävät vähän aikaa ”täynnä ääntä ja vimmaa” ja keskittyvät yhteen ominaisuuteen tai päämäärään. Bauman rinnastaa postmodernit yhteisöt hetkelliseen kokoontumiseen naulakolle, johon kukin ripustaa omat yksilölliset pelkonsa. Baumanin mukaan yhteisöjä on moneen lähtöön, mutta weberlaisella ”keveästä kaavusta” pakottavaan ”rautahäkkiin” ulottuvalla akselilla ne sijoittuvat hämmästyttävän lähelle ensin mainittua (mt., 202). Bauman pitääkin postmodernia yhteisöllisyyttä reaktion modernin elämän yhä nopeampaan ”notkistumiseen” (mt., 203; vrt. myös Kantola 2011).

Baumanin tulkinta postmodernin ajan notkeista yhteisöistä toistaa klassisen sosiologian kertomusta yhteisöjen rapautumisesta. Notkeiden yhteisöjen jäsenet vaihtavat tarvittaessa notkeasti näkemyksiään ja habitustaan. Vakaumuksellisuus ja pysyvyys eivät ole postmodernin yhteisön ominaisuuksia. Tässä kritiikin versiossa kyse ei kuitenkaan ole modernien yhteiskuntien synnystä ja niiden pieniyhteisöjä rapauttavasta vaikutuksesta vaan ikään kuin seuraavasta askeleesta: kansallisvaltioiden järjestäytyneiden yhteiskuntien heikentymisestä. Ihmiset elävät yhä useammin jatkuvassa muutoksen tai liikkuvuuden tilassa, jossa yhteisön rakenteet, normit ja kiinteät sidokset rajoittavat alati vähemmän elämisen tapoja (ks. Turner 2007 [1969], 107–109).

Klassisen sosiologian näkökulmasta postmoderneja muutoksia voi kuitenkin tarkastella myös eräänlaisena paluuna pienyhteisöihin. Mediakulttuurin moninaistuminen, yleisöjen fragmentoituminen ja esimerkiksi kansallisten televisio- ja radioyhtiöiden aseman heikentyminen kielivät paitsi kansakunnan kokoisten kuvitteellisten yhteisöjen nykyisestä hajanaisuudesta myös uusien pienempien yhteisöjen asutumisesta niiden tilalle (vrt. Brint 2001, 20). Esimerkiksi nykyisessä monenkirjavassa mediakulttuurissa makuja on monia, eivätkä ne välttämättä asetu hierarkkiseen järjestykseen. Kulttuuriset maut ja arvostelmat liittyvät pikemminkin niihin sosiaalisiin piireihin, joissa ihmiset elävät arkeaan (ks. Liikkanen 2009, 196–197). Kansalliset lukemisen yhteisöt ovat paljolti korvautuneet tällaisilla kulttuurisiin makuihin liittyvillä uusilla lukemisyhteisöillä, jotka saattavat internetin aikakaudella olla hyvinkin ylikansallisia.

Ranskalainen sosiologi Michel Maffesoli (1995) on nähnyt tässä muutoksessa myös myönteisiä mahdollisuuksia. Uudenlaiset yhteisöt rakentuvat usein alhaalta ylöspäin ja perustuvat ihmisten omiin kiinnostuksen kohteisiin, harrastuksiin ja yhteisiin tyyliihin. Toisin kuin ulkoa ohjautuva yhteiskunta tai kansakunta, nämä uudet yhteisöt kumpuavat ihmisten omasta halusta ja tarpeesta liittyä samanhenkisten porukkaan. Niissä on näin ollen usein samanlaista aitoa sitoutuneisuutta kuin perinteisissä pienyhteisöissä. Maffesoli nimittääkin tällaisia uusia yhteisöjä heimoiksi, jotka toimivat keino-koisesti määritellyn suuremman yhteisön – esimerkiksi kansakunnan – sisällä. Myös lukemisen tavat saattavat olla osa tai jopa määritellä uusheimoja, joista osa keskittyy johonkin tiettyyn populaarikulttuurin alueeseen ja toiset erikoistuvat vaikkapa perinteisiin korkeakulttuurin tai taiteen lajityyppeihin.

Verkkoyhteisöt tai virtuaaliset yhteisöt

[Facebookista] Sitä kautta on helppo löytää erilaiset tapahtumat, helppo luoda niitä, tehdä kutsuja erilaisiin juhliin, tapahtumiin. Sen kautta on helppo antaa ajatuksensa julki.

(Fokusryhmähaastateltava, mies 21 v.)

Verkkoviestinnän ja -ympäristöjen leviäminen on tuonut yhteisöllisyyteen uusia muotoja 1990-luvulta lähtien. Tärkeimpiä muutoksia on ollut ajan, tilan ja identiteettien moninaistuminen. Internetin yhteisöissä on mahdollista olla läsnä reaaliajassa, mutta verkosta löytyy myös monia yhteisöjä, joihin voi osallistua ajasta riippumatta. Esimerkiksi erilaiset reaaliaikaiset keskusteluympäristöt (IRC eli irkki, chat, Messenger) perustuvat online-yhteisöön, joka on läsnä samanaikaisesti päätteidensä ääressä. Sen sijaan monien keskustelufoorumien ja blogien viestiketjuihin voi ottaa kantaa ja kommentoida myös jälkikäteen. Myöskään 2010-luvun alun suosituin yhteisöpalvelu Facebook ei edellytä reaaliaikaista läsnäoloa, vaan uutissyötteitä voi käydä tarkistamassa ja niihin voi reagoida tai olla reagoimatta milloin haluaa. Osa verkkoyhteisöistä mahdollistaa myös nimettömänä osallistumisen ja jopa väärennetyjen identiteettien käytön. Monet suositut avoimet keskustelufoorumit ovat tällaisia ympäristöjä (esimerkiksi Suomi24). Sen sijaan osa yhteisöistä edellyttää omalla nimellä kirjautumista ja identifioitumista. Tällaisia ympäristöjä ovat muun muassa Facebook ja monet suljetut keskusteluryhmät. Näissäkään ei tosin ole takeita, että ihmiset esiintyvät aina omalla nimellään ja identiteetillään.

Verkkokulttuurin yhteisöllisyyden uusia ominaisuuksia alettiin 1990-luvulla kuvata virtuaalisuuden käsitteellä. Virtuaalisuudella viitattiin keinotekoisuuteen, siihen että verkossa eivät kohtaa todelliset ihmiset vaan ainoastaan heidän ”esityksensä”, jotka voivat olla – kuten edellä mainittiin – puhtaita sepiteitä. Koska verkkoyhteisö ei edellytä fyysistä läsnäoloa, alettiin puhua virtuaaliyhteisöistä, jotka olivat ole-

massa vain verkon virtuaalisessa bittiavaruudessa. Virtuaaliyhteisöt ikään kuin konkretisoivat Andersonin ajatuksen yhteisöjen kuvitteellisesta luonteesta (vrt. Matikainen 2008, 70–71). Virtuaalisuuden käsite on jossain määrin sukua simulaation käsitteelle, jota alettiin käyttää digitaalisesti alusta loppuun tehdyistä kulttuurituotteista, esimerkiksi tietokonepeleistä (ks. Sihvonen 2006). Siinä missä analogisen kulttuurin aikana mediatuotteet edellyttivät jonkinasteista materiaalista lähtökohtaa, todellisuuden tallentamista filmille tai ääninauhalle, digitaalisessa kulttuurissa ei tällaista lähtökohtaa välttämättä tarvita, vaan kaikki materiaali voi olla tietokoneella tuotettua.

Virtuaalisuuden ja simulaation käsitteitä on käytetty kriittisesti kuvaamaan ”aidon” todellisuussuhteen katoamista. Esimerkiksi filosofi Jean Baudrillard (1988) kuvasi jo 1980-luvulla postmodernia aikaa simulaatioyhteiskunnan käsitteellä. Simulaatioiden hallitsemassa kulttuurissa ja yhteiskunnassa olennaista ei ole se, miten asiat ovat, vaan se, miltä ne näyttävät. Asiat tehdään tietynlaisiksi ja ihmiset uskovat, että sellaista on todellisuus. Tässä kritiikissä ei ole tietenkään mitään uutta. Jo Platon (1981 [n. 300 eaa]) puhui luolavertauksessaan varjokuvien todellisuudesta, jossa ihmiset elävät vankeina näkemättä oikeaa todellisuutta tai totuutta varjokuvien takana. Marxilaiset teoreetikot jatkoivat puolestaan 1800- ja 1900-luvuilla kritiikkiä korostamalla ihmisten vieraantumista todellisista sosiaalisista suhteistaan kapitalistisen työn, tavaroiden ja kulutuskulttuurin maailmassa (esim. Horkheimer & Adorno 2008 [1944]; Debord 2005 [1967]). Monet digitaalisen kulttuurin tutkijat ovat kuitenkin korostaneet myös virtuaalisuuden mukanaan tuomaa vapautta. Kun verkko vapauttaa ihmiset ajan, paikan, tilan ja materiaalsen kulttuurin rajoitteista, poistuvat myös luovan toiminnan ja yhteisöllisyyden pidäkkeet (esim. Negroponte 1996; Manovich 1999; Jenkins 2008).

Verkkoyhteisöissä yhteisöllisyys voidaan nähdä postmodernin kritiikin mukaisesti heikkoina siteinä – väliaikaisena, fragmentoituneena ja muuttuvana yhteisöihin kuulumisena vaikkapa keskustelufoorumilla ja postituslistoilla (ks. esim. Wellman & Gulia 1999; Turkle

1996). Jatkuva läsnäolo esimerkiksi internetin keskusteluryhmissä voi kuitenkin muodostaa myös vahvoja symbolisia tai kuviteltuja ryhmäidentiteettejä. Verkkoläsnäolo voi olla hyvin intensiivistä ja henkilökohtaista ja johtaa tiiviiseen sitoutumiseen yhteisiin arvoihin ja normeihin. Verkko synnyttää siis heikkojen siteiden lisäksi myös vahvoja siteitä (Hodkinson 2007, 629). Näin ollen ei voi puhua vain yhdestä verkkoyhteisön muodosta, vaan verkkoyhteisöjä on koko kirjo hyvin kiinteistä ja henkilökohtaisista äärimmäisen pinnallisiin yhteisöihin. (Ks. esim. Castells 1996, 362; Rheingold 1993.) Verkkoyhteisön koheesioon vaikuttavat muun muassa vuorovaikutuksen määrä, yhteisön koko, vuorovaikutuksen foorumi ja yhteenkuuluvuuden tunne (Matikainen 2008, 72).

Teknologia sinänsä ei määrää yhteisöä, vaikka se toimii yhteisön rakentumisen ja vuorovaikutuksen välineenä. Jo ennen internetiä oli fragmentoituneita yhteisöjä tai ”uusheimoja” (Wellman & Haythornwaite 2002, 32–33). Yhteisön luonne itsessään ratkaisee, miten tärkeänä tai motivoivana yhteisöä pidetään. Mikäli yhteisöllisyys nähdään monimuotoisena sosiaalisten ilmiöiden alueena, myös virtuaaliyhteisöt ovat nykyajan teknistyneessä maailmassa tärkeä sosiaalisen elämän ulottuvuus. Verkkoviestinnän tutkija Janne Matikainen pitää verkkoyhteisöjen ja erityisesti sosiaalisen median yhtenä keskeisimpänä ulottuvuutena niiden toimimista identiteettien rakentamisen heijastuspintoina (Matikainen 2008, 82–92). On luonnollista, että verkkoympäristöistä on tullut henkilökohtaisten ja yhteisöllisten identiteettien foorumeja. Nykyisessä mediaympäristössä ja postmodernissa kulttuurissa yksilöt kuuluvat eriasteisesti sekä paikkaan liittyviin yhteisöihin että virtuaalisiin tai medioituneisiin yhteisömuotoihin.

Yhteisöllisyyden monet ulottuvuudet

... voi sanoa että siellä on semmonen sisäryhmä ja sitte on se ulkoryhmä. Jossain vaiheessa sinne sisäryhmäänkin tulee uusia ihmisiä, mutta että siis semmonen ydinryhmä, joka siellä on, niin mää oon siis oikeestaan tavannu kaikki niistä ihan henkilökohtasesti, vaikka osa asuu Rovaniemellä ja osa Helsingissä. Että se on niinku tullu tutuiksi ihan siis semmosessa ... ei liity mitenkään nettiinkään, vaan että ollaan tavattu muutenkin. Että se on ihan siis yhteisö.
(Teemahaastateltava, nainen 25 v.)

Yhteisö-sanaa käytetään usein kuvaamaan sekä ryhmien välisiä eroja että niiden yhtäläisyyksiäkin. Kukaan ei ole kuitenkaan jäsen vain yhdessä, vaan useissa ja toistensa kanssa päällekkäisissä yhteisöissä. Uudet viestintäkanavat antavat eri alakulttuurien jäsenille oman äänen. Esimerkiksi monikielinen televisio ja verkkoyhteisöt tuottavat eri elämäntavoille aiempaa enemmän autonomiaa. Samalla elämäntapojen vaihtelevuus ja niiden väliset rajat tulevat entistä epäselvemmiksi. Elämäntapojen moninaistuessa myös yhteisöjen välisistä rajoista tulee monimutkaisia ja päällekkäisiä. Mitä itsenäisemmiksi elinpiirit muuttuvat, sitä enemmän niiden välillä on liikettä. Jokainen on nykyään jäsenenä useissa toisiinsa limittyvissä yhteisöissä työn, kiinnostuksen kohteiden, harrastusten, perheen, etnisen taustan, kansallisuuden, uskonnon, seksuaalisuuden ynnä muiden identiteetin ulottuvuuksien kautta. (Kalantzis 1995; Cazden ym. 1996.) Toisaalta näitä rajoja on myös mahdollista vahvistaa – ainakin hetkellisesti – erilaisissa verkkoyhteisöissä, jotka asettuvat identiteettien markkinoilla toisiaan vastaan.

Yhteisöä on näin ollen alati vaikeampi jäsentää pysyväksi kategoriaksi. Sen sijaan yhteisö tulisi ymmärtää erilaisiksi yhteisöllisyyden muodoiksi, jotka vaihtelevat tilanteittain. Tietyn tyyppinen yhteisöl-

lisyys sopii tiettyyn yhteyteen, toisessa tilanteessa taas edellytetään toisenlaista yhteisöllisyyttä. Esimerkiksi sukujuhlat tai hautajaiset ovat perheen ja lähiomaisten rituaaleja, joiden yhteisöllisyys eroaa melkoisesti vaikkapa netin Homma-foorumien tai Porkkanamafian rakentamista yhteisöllisyyksistä – jotka tosin saattavat saada ilmauksensa myös sukujuhlissa, jos samanhenkisten seurue istuu samassa pöydässä ja löytää maahanmuuttokritiikistä tai kulutusvalinnoista yhteisen puheenaiheen. Mikäli lukeminen ymmärretään sosiokulttuuriseksi toiminnaksi, myös sen yhteisöllisyys vaihtelee kontekstista toiseen.

Yhteisöjen muotoja on sosiologiassa määritelty perinteisesti yhteisön sosiaalisten siteiden syvyyden, institutionalisoitumisen asteen, toiminnan ritualisoitumisen, koon, tyylin yhteneväisyyden ja yhteisen arvomaailman perusteella (ks. Brint 2001, 3–4). Kaikki nämä piirteet ovat olennaisia yhteisöjen yhtenäisyyttä ja toimintaa arvioitaessa, mutta ne ovat samalla myös melko yleisiä eivätkä välttämättä tavoita nykyisten yhteisöllisyyden muotojen moninaisuutta. Sosiologi Steven Brint on tämän takia ehdottanut monisisyisempää tyyppittelyä yhteisöllisyyden eri muodoille.

Brintin (2001, 10–11) mukaan yhteisöllisyyden lähtökohta voi olla joko ”maantieteellinen” tai asialähtöinen. Ensin mainitussa tapauksessa tietyssä paikassa asuvat tai muuten tuohon paikkaan kiinnittyvät ihmiset muodostavat yhteisön. Jälkimmäisessä tapauksessa taas aihe ratkaisee: samasta asiasta kiinnostuneet muodostavat yhteisön. Toisinaan nämä lähtökohdat voivat yhtyä, kun vaikkapa kaupunginosan asukkaat muodostavat asukasyhdistyksen, joka ajaa jotakin tiettyä asiaa. Yhteisön sisäinen vuorovaikutus voi rakentua joko toiminnan tai yhteisten uskomusten varaan. Asukasyhdistyksessä keskeistä on toiminta oman asumisympäristön parantamiseksi, uskonnollisissa tai ideologisissa yhteisöissä jäseniä yhdistää samanhenkisyys. Yhdessä toimiminen on tällöin ennemminkin rituaali, joka vahvistaa samanmielisten yhteisyyttä. Usein kuitenkin myös toiminta ja uskomukset liittyvät yhteisössä elimellisesti toisiinsa. Yhteisön vuorovaikutus voi olla joko vilkasta ja säännöllistä tai harvaa.

Yhteisön jäsenet voivat myös sijaita lähellä tai kaukana toisistaan, ja kasvokkaisten tapaamisten määrä voi vaihdella toistuvasta täyteen virtuaaliyhteisöllisyyteen.

Brintin (2001, 11–13) yhteisötypologia kattaa suurimman osan nykyisistä yhteisöllisyyden muodoista kansallisvaltioista netin virtuaaliyhteisöihin. Se kattaa paikkaan sidotut ja verkkoympäristössä toimivat ystävä- ja harrastusverkostot, ja sen piiriin voi lukea myös erilaiset poliittisen, uskonnollisen ja ideologisen yhteisöllisyyden muodot. Brintin tapa erottaa toisistaan rakenteellisesti erilaisia yhteisötyyppejä yhteisön vuorovaikutuksen, kontekstin, motivaation, vuorovaikutuksen määrän ja paikan sekä kasvokkaisen tai mediavälitteen vuorovaikutuksen määrän perusteella antaa mahdollisuuden eritellä yhteisöllisyydestä ulottuvuuksia ilman, että yhteisöjä arvotetaan aitoihin tai vähemmän aitoihin. On tunnistettava, että yhteisöjä on moneksi.

Brintin jaottelu auttaa jäsentämään myös lukemisen erilaisia yhteisömuotoja. Lukemisen yhteisölliset ulottuvuudet on mahdollista kiteyttää taulukossa 2.1 esitettyjen vastakkainasettelujen avulla.

Taulukko 2.1 Lukemisen yhteisölliset ulottuvuudet vastinpareina

välitön	välitetty
pysyvä	väliaikainen
orgaaninen	instrumentaalinen
kattava	osittainen
suljettu	avoin
intimi	julkinen
horisontaalinen	vertikaalinen
suuri	pieni
hierarkisuus	tasavertaisuus
kiinteä	hajanainen
ydin/sisäkehä	ulkopiiri

Näin ollen lukemisen yhteydessä on hyvä pohtia, liittyykö se kasvokkain tapaamisiin tai verkkoyhteisöihin, ovatko nämä yhteisöt suuria vai pieniä, kiinteitä vai hajanaisia, pitkäaikaisia vai lyhytikäisiä. Edelleen on mahdollista selvittää, millä tavoin yhteisöllisyyden kokeminen liittyy siihen, onko yhteisö syntynyt ruohonjuuritasolla lukijoiden omasta innostuksesta vai onko se rakennettu ulkoapäin (esim. erilaiset verkkoportaalit tai kaupalliset sovellukset) lähinnä jotakin päämäärää varten, onko yhteisö intiimi vai julkinen, suljettu vai avoin, hierarkkinen ja ylhäältä johdettu vai tasavertaisten verkosto. Lisäksi voi kysyä, kuinka yhteisössä näkyy jakautuminen sisä- ja ulkopiireihin ja miten edellä esitetyt ulottuvuudet vaikuttavat yhteisön jäsenten haluun panostaa voimavarojaan yhteiseen toimintaan.

Uudet lukemisen tavat ja yhteisöt

Sitten sen yhen tarinan kanssa se maailma alko muuttua, ne hahmot alko muuttua. Sit mä mietin, et minkä takia tää on fanifiktioo. Mä voin tehdä tästä ihan oman tarinan. Sit mä vaihoin kaikki hahmojen nimet. Sit se oli mun oma tarina. Se oli mielenkiinnostoa. Se ei oo kyl hirveen hyvä tarina, mutta sit mä aloitin toisen tarinan, joka on parempi. Siinä ei sitten oo mitään fanfiksiolähteitäkään.

(Fokusryhmähaastateltava, nainen 25 v.)

Monet verkkopalvelut rakentuvat sosiaalisten verkostojen jäsenten toimeliaisuuden varaan, mikä muuttaa tuottajuuden ja kuluttajuuden välisiä rajoja (ks. Bakhsi ym. 2008; Leadbeater 2008; Tapscott & Williams 2008). Voidaan puhua ”osallistumistaloudesta”, jolla viitataan sosiaalisessa mediassa kollektiivisesti tuotettuihin, jaettuihin ja kulutettuihin hyödykkeisiin. Monelta-monelle ja verkostoituminen

kuvaavat laajemminkin nykyistä työelämää ja vapaa-aikaa (Tapscott & Williams 2008).

Verkossa eriasteisesti navigoivat, toimivat ja osallistuvat lukijat haastavat perinteiset käsitykset lukutaidosta ja lukemisesta. Osallistumistalous edellyttää monenlaisia lukutaitoja, ja – kuten jotkut tutkijat muistuttavat – sekä sosiaalinen ympäristö että lukemisen teknologiat (kirjasta elektronisiin ja audiovisuaalisiin teksteihin) muuttuvat nopeasti. Samalla nämä teknologiset ja sosiaaliset muutokset muuttavat lukutaitoja, mikä tulisi ottaa huomioon teoriassa, tutkimuksessa ja käytännössä. (Leu ym. 2004, 12–14.) Lukemisen ja mediaympäristön muutoksissa on siis pikemminkin kyse vuorovaikutuksesta kuin siitä, että pelkästään toinen vaikuttaisi toiseen.

Internetin kautta muodostuu mitä eriytyneimpiä harrasteyhteisöjä, joissa tavallisetkin ihmiset voivat toimia median tuottajina ja julkaisijoina (Gee & Hayes 2011, 3–4). Tämä ei kuitenkaan tarkoita, että kenellä tahansa olisi käytännössä edellytyksiä toimia median tuottajana. Pidemmälle viety tuottajuus vaatii myös nettiympäristössä erikoistunutta osaamista ja erityistaitoja, jotka eivät synny itsestään ilman sosiaalisen ympäristön ja ulkoisten olosuhteiden tukea. Selvitysten mukaan suuri osa nettisukupolvenkin edustajista on melko passiivisia mediakuluttajia (vrt. Bird 2003, 164–165).

Lukutaidon perusta kuitenkin muuttuu internetin aikakaudella, mikä asettaa haasteita kustannuslalle, kouluille, opetukselle, kasvatukselle ja työelämälle. Ylhäältä päin toteutuva opettajavetoinen malli ei enää toimi maailmassa, joka edellyttää monia uusia lukutaitoja: yhden henkilön on mahdotonta osata kaikkia uusia lukutaitoja ja opettaa niitä muille. Nykyään jokainen tietää tai osaa jotain ainutlaatuista ja muille käyttökelpoista. (Leu ym. 2004, 20.) Sosiaalisella oppimisella on suuri rooli, kun tietoa, osaamista ja asiantuntemusta jaetaan myös verkon epävirallisia reittejä.

Perinteisesti luetun ymmärtämistä on määritellyt merkityksen rakentaminen kiinteästä tekstirungosta. Internetissä tekstin ymmärtäminen vaatii erilaisen ja laajemman määritelmän, koska netissä

tekstit risteävät ja muokkautuvat jatkuvasti eläväksi verkostoksi. Uusia taitoja ja strategioita tarvitaan, jotta voidaan etsiä tarvittavaa tietoa, ymmärtää hakukonetuloksia ja tehdä oikeita päätelmiä linkkien kautta löytyneestä informaatiosta. On myös pystyttävä määrittelemään, missä määrin verkkosivuilla esitettyä tietoa on muokattu sekä hallittava ja muodostettava kokonaisuuksia suurista määristä informaatiota, joka on hajanaista, esitetty monissa eri formaateissa ja peräisin eri lähteistä. Lisäksi on kyettävä erottamaan jyvät akanoista: miten tietää, mitkä tiedon elementit vaativat informaation tulvassa huomiota ja mitkä taas voi jättää huomiotta?

Sosiaaliset taidot ja kulttuuriset kompetenssit – uudet medialukutaidot – siirtävät näkökulman perinteisestä lukutaidosta ja yksilöllisestä ilmaisusta myös yhteisesti luotuihin sisältöihin. Uusien medialukutaitojen voidaan ymmärtää tarjoavan ajattelutapoja ja tekemisen tapoja, jotka valjastavat perinteiset lukemisen ja kirjoittamisen taidot uusiin lukemisen käytäntöihin. (Jenkins ym. 2006.) Esimerkiksi koulunuoret oppivat tietoja ja taitoja myös toisiltaan sekä eri lähteistä etsimällä ja kokoamalla, vaikka koulun virallinen käytäntö on opettajalta oppilaille suuntautuvaa opetusta (Luukka ym. 2008). Wiki-sovellusten yhteydessä puhutaan joukkoälystä (*collective intelligence*) ja osallistumisen kulttuurista (*participatory culture*), jossa tietosisältöjä tuottaa yhden asiantuntijan sijaan suuri joukko asiasta kiinnostuneita (Jenkins 2008).

Sosiaalinen media, nettisukupolven nousu sekä osallistumistalous muuttavat myös työelämän käytäntöjä (Tapscott & Williams 2008, 54–55). Osallistumistalouden vertaistuotanto ei ainoastaan haasta liiketoimintamahdollisuuksia vaan se on mahdollista valjastaa myös yrityskäyttöön. Nettiympäristössä elämään tottuneet yksilöt toimivat usein globaalisti. On epätodennäköistä, että nettisukupolven diginatiivit työelämän johtotehtäviin päästessään siirtyisivät nurisematta hierarkkisiin ja ylhäältä päin johdettuihin organisaatioihin, kun he ovat tottuneet yhteistyöhön ja mataliin hierarkioihin (mt., 36, 46). Kenties työelämäkin on muuttumassa entistä avoimemmaksi, vuoro-

vaikutteisemmaksi ja mediavälitteisemmäksi, kun verkon yhteistyömahdollisuudet ja useiden kanavien simultaanikäyttö lyövät itsensä läpi organisaatioissa. Tätä kirjoitettaessa organisaatioissa puhutaan paljon ”joukkoistamisesta” (*crowdsourcing*), jossa erilaisten yhteisöjen ongelmanratkaisukyvyt pyritään valjastamaan organisaatioiden palvelukseen useimmiten verkon välityksellä.

Uusien lukemisen tapojen ja yhteisöjen aikana mitään media-muotoa ei voi asettaa lähtökohtaisesti muiden edelle, vaan on nähtävä kunkin muodon mahdollisuudet ja myös niiden rajoitukset merkitysten tuottamisessa. Multimodaaliset tekstit asettavat lukijalle erilaisia haasteita kuin niiden monomodaaliset vastineet, joissa käytetään vain yhtä ilmaisumuotoa, kuten painettua sanaa tai kuvaa. Jos tekstit ovat multimodaalisia, lukeminen on monisyistä toimintaa, jossa lukijan on kiinnitettävä samanaikaisesti huomiota eri muotoihin, joissa merkit on tuotettu, ja yhdistettävä eri muotojen merkit yhdeksi luennaksi.

3. LUKEMISEN TAVAT

... jos on kiinnostavaa, ni kyllä mä luen, et se on vaan kiinni siitä, että jos se niinku on mulle, kohdistettu tai suunnattu, et se on niinku mun mielestä kiinnostavaa, ni vaikka sitä ois paljon ni luen. Mut jos on vähän ja mikä ei kiinnosta, ni en sit lue ollenkaan, että en jaksa sit keskittyä semmoseen, mikä ei kiinnosta.
(Teemahaastateltava, nainen 23 v.)

Lukemista ja mediankäyttöä selvitetään harvoin samassa tutkimuksessa. Osaltaan tämä johtuu siitä, että lukeminen mielletään edelleen usein median kulutuksesta erilliseksi toiminnaksi. Lukeminen liitetään ennen muuta painotuotteisiin – kirjoihin ja lehtiin – tai niiden sähköisiin versioihin ja ymmärretään yksilölliseksi aktiviteetiksi, joka eroaa vaikkapa television katselusta, radion kuuntelusta tai internetin käytöstä. Lukemisen ja muun mediankäytön erillisyyttä ei juuri ole selvityksissä kyseenalaistettu, vaikka akateemisessa tutkimuksessa tekstin käsitteellä on kuvattu 1970-luvulta lähtien kaikkia muitakin merkityksiin liittyviä tuotteita kuin painettua sanaa ja vaikka lukeminen on tämän seurauksena liitetty kaikenlaisten kulttuuristen mer-

kitysten tulkitsemiseen aina uimarannoista kauppakeskuksiin (esim. Fiske 1989). Osittain painotuotteiden lukemisen erottaminen muusta mediankäytöstä liittyy myös siihen, että nykypäivänä on alati hankalampaa tutkia ihmisten mediankäyttöä kokonaisuudessaan: medioita on niin paljon ja niiden käyttö niin moninaista, että kokonaiskäytön hahmottaminen on vaikeaa – vedenpitävästi usein mahdotonta. Näin ollen mediankäyttöä on helpompi tutkia, kun se pilkotaan osiin.

Tässä kirjassa tartutaan härkää sarvista ja yritetään hahmottaa suomalaisten lukemiseen ja mediankäyttöön liittyviä tottumuksia samassa yhteydessä, koska tavoitteena on ymmärtää lukemisen uusia ja muuttuvia muotoja. Niihin liittyy olennaisena osana internetin ja sosiaalisen median käyttö. Näkökulman valinta tarkoittaa väistämättä huonompaa tarkkuutta kuin tutkimuksissa, joissa keskitytään vain johonkin lukemisen tai mediankäytön osa-alueeseen. Toisaalta harvemmalla seulalla haravointi tuottaa paremman yleiskuvan siitä, minkälaista lukeminen nykyisin ylipäättään on ja mihin suuntaan se on menossa.

Ensisijaisesti seuraavissa luvuissa keskitytään hankkeessamme ”Uudet lukemisyhteisöt, uudet lukutavat” kerättyihin aineistoihin, joiden avulla tehdään selkoa suomalaisten nuorten aikuisten lukemisen ja mediankäytön tavoista. Aineistoja verrataan muihin tutkimuksiin, jotka laajentavat kirjan näkökulmaa sekä horisontaalisesti että vertikaalisesti: ne antavat mahdollisuuden ajalliseen vertailuun ja mahdollistavat myös sukupolveen ja kansalliseen viitekehykseen liittyvän rajauksen laajentamisen.

”Uudet lukemisyhteisöt, uudet lukutavat” -tutkimuksen tarkka aineistojen ja menetelmien kuvaus löytyy hankkeen raportista (Herkman & Vainikka 2012). Tässä yhteydessä on kuitenkin syytä avata muutamalla lauseella asiaa, koska nuorten aikuisten lukutapojen analyysi perustuu tulevilla luvuilla niin pitkälle hankkeen aineistoihin. Hankkeessa tehtiin kysely (N=323), kerättiin mediapäiväkirjoja (N=15) ja tehtiin teemahaastatteluja (N=15) sekä kolme fokusryhmähaastattelua. Aineistot kerättiin keväällä 2011, mutta kyselyä täyden-

nettiin keväällä 2012, koska oletimme älypuhelimien, lukulaitteiden ja tablettitietokoneiden yleistyvän tutkimuksen kuluessa. Osatutkimuksista erityisesti kysely kertoo suomalaisten nuorten aikuisten lukutottumusten painotuksista ja suurista linjoista. Mediapäiväkirjat ja teemahaastattelut syventävät tuota tietoa ja nostavat esiin yksityiskohtia, joita ei kyselyn kaltainen menetelmä kykene erottelemaan. Niiden toteutus muistutti melko paljon muun muassa NextMedia-hankkeessa tehtyä nuorten aikuisten ja ikäihmisten mediankäytön tutkimusta (ks. Kankainen 2010). Fokusryhmähaastattelut puolestaan syventävät lukemisen yhteisöllisiin puoliin liittyvää tietoa tiettyjen erityisten lukijaryhmien näkökulmasta.

Kyselyn ja mediapäiväkirjojen kautta selvitettiin nuorten aikuisten yleistä mediankäyttöä. Kyselyyn osallistui kaikkiaan 323 16–35-vuotiaasta nuorta aikuista erilaisista Pirkanmaan oppilaitoksista, kuten yliopistosta, teknillisestä yliopistosta, ammattikorkeakoulusta ja lukioista. Suurin osa vastaajista oli 18–30-vuotiaita (kyselyyn vastaa- jista, ks. liite 1). Mediapäiväkirjaa piti puolestaan viiden päivän ajan 15 teemahaastatteluihin seuloutunutta viestintäaineiden opiskelijaa Tampereen yliopistosta. Päiväkirjat kattoivat kolmen arkipäivän ja viikonlopun mediankäytön keskiviikosta sunnuntaihin. Teema- haastateltavat rekrytoitiin Tampereen yliopistossa käynnissä olleiden kurssien ja opiskelijoiden postituslistan kautta.

Fokusryhmähaastattelujen avulla etsittiin tietoa jo olemassa ole- vien lukemisyhteisöjen toiminnasta. Haastatteluihin osallistui kolme fokusryhmää, yhteensä kymmenen haastateltavaa. Yksi fokusryhmä muodostui japanilaisen populaarikulttuurin harrastajien yhteisöstä, toinen roolipelaajista ja kolmas oli perinteinen kirjojen lukupiiri. Lukupiiri erosi kahdesta muusta fokusryhmästä siten, että sen jäsenet olivat 35–45-vuotiaita ja siten vanhempia kuin tutkimuksen varsinais- en kohderyhmä ”nuoret aikuiset”. Lukupiiri ei myöskään toiminut verkossa, joten sen yhteisölliset käytännöt muodostivat perinteistä lukemista edustavan vertailukohdan kahden muun lukemisyhteisön uusille lukemiskäytännöille.

Aineistojen rajaamiseen vaikuttivat tutkimusekonomiset syyt: aineistojen saavutettavuus ja tutkimuksen toteutettavuus. Toisaalta rajaukseen oli myös sisällöllinen peruste. Monitoroimalla erityisesti sekä nykyisissä ja tulevaisuuden opinnoissaan että töissään runsaasti lukevien nuorten aikuisten tosiasiallisia mediankäyttötapoja päästään käsiksi monipuolisesti uuden lukemisen tapoihin. Rajaus saattoi vinouttaa aineistoja lukemisesta kiinnostuneiden nuorten aikuisten suuntaan. Toisaalta aineistoilla ei tavoiteltukaan tilastollista edustavuutta tai täyttä yleistettävyyttä suomalaisten nuorten aikuisten ikäluokkaan, vaan tutkimuksen päätehtävä oli selvittää laadullisesti erilaisia lukemisen tapoja ja verkkoviestinnän vaikutuksia lukemiseen nuorten aikuisten keskuudessa. Opiskelijoita on myös käytetty maailmalla usein e-kirjojen tai verkkotekstien lukemista kartoittavissa tutkimuksissa (Connell ym. 2012; Shabani ym. 2011; Kang ym. 2009; UCL 2008; Liu & Huang 2008). Aineiston rajauksesta johtuen teemme jatkuvasti vertailua kansallisiin selvityksiin, joissa demografiset tekijät on otettu huomioon.

Vaikka aineistomme eivät kattaneet nuorena työelämään siirtyneitä ja toisaalta opiskelua ja työtä vaille jääneitä nuoria aikuisia, se tavoitti elämäntilanteen, jossa suuri osa suomalaisista nuorista aikuisista elää: opiskelun, osa-aikaisen työskentelyn, määräaikaisten työsuhteiden, parisuhteiden ja perheiden perustamisen. Tätä kautta aineistojen kautta voi peilata suomalaisten nuorten aikuisten kokemuksia laajemminkin. Lisäksi aineistot antavat mahdollisuuden tutkia sellaisten nuorten aikuisten kokemuksia, joiden elämäntilanne edellyttää eri tekstimuotojen runsasta käyttöä: lukemista, kommentointia ja omaa sisältöjen tuotantoa. Selvittämällä nuorten aikuisten mediankäyttöä ja lukutottumuksia päästään käsiksi siirtymään, joka haastaa vanhempien mediasukupolvien lukemisen tapoja, ajautumatta kuitenkaan teknoutopismiin tai -pelkoihin, joita nuorempien ikäluokkien diginatiivien mediankäyttötutkimukset usein saavat aikaan.

Internet suosituin media

Koulutyö, tiedonhaku tulee tehtyä melkeen kokonaan netissä – ja jos ei tuu tehtyä netissä, ni ne kirjat jota käyttää, ni ne tulee etittyä netin kautta joka tapauksessa. Et se on se media, jonka läpi aina mennään.
(Teemahaastateltava, mies 21 v.)

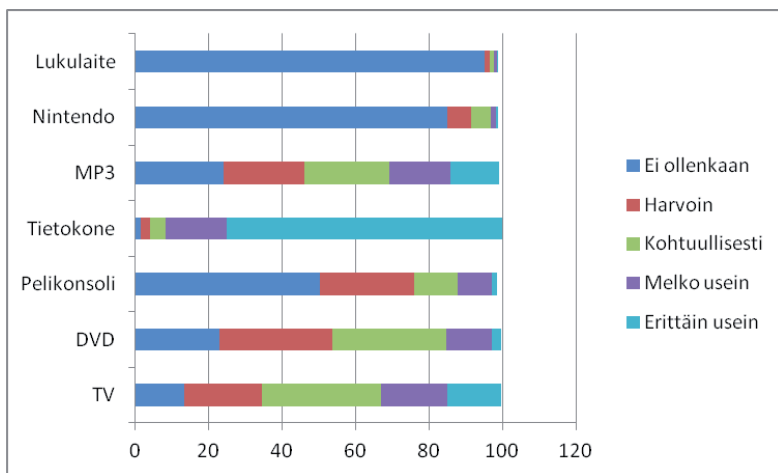
Nuorten aikuisten elämä on varsin medioitunutta. Kyselyymme vastanneista kolme neljäsosaa kertoi käyttävänsä mediaa *aktiivisesti* yli kolme tuntia päivässä. Kolmasosa ilmoitti käyttävänsä mediaa aktiivisesti yli viisi tuntia päivässä. Tähän mediakäyttöön ei sisältenyt perinteinen lukeminen opiskelu- tai työtehtävissä, joten media tunkeutuu eri muodoissaan suureen osaan vapaa-aikaa.

Ehdottomasti suosituin laite nuorten aikuisten mediankäytössä oli tietokone (ks. kuvio 3.1). Myös musiikkilaitteita ja televisiota käytettiin melko paljon. Sen sijaan pelilaitteita ja erityisesti lukulaitteita käytettiin huomattavasti edellisiä vähemmän. Nuorten aikuisten mediankäyttö mukailee karkeasti suomalaisten kotitalouksien medialaitteiden omistamista (ks. kuvio 1.5). Opiskelijoilla kuitenkin korostuu selvästi tietokoneen käyttö muiden laitteiden kustannuksella, mikä selittyy heidän elämäntilanteellaan: tietokonetta tarvitaan opiskeluun, joten sitä käytetään myös muuhun mediankulutukseen ja viestintään.

Lukulaitteisiin liittyvät kysymykset osoittivat, että niihin liittyvä terminologia ei ollut vielä vuoden 2011 keväällä täysin vakiintunut. Varsinaisilla lukulaitteilla (esim. Kindle, iREX, Sony Reader, Barnes & Noble nook) voi lähinnä ladata ja käyttää erilaisia sähköisiä julkaisuja. Ne ovat useimmiten mustavalkoisia ja perustuvat niin sanotun sähköisen musteen näyttötekniikkaan, jota on miellyttävämpi lukea kuin tietokoneen näyttöä. Tablettitietokoneet sen sijaan ovat monikäyttöisempiä, erityisesti internetin selailuun soveltuvia laitteita, joissa on väri- ja kosketusnäyttö. (Nurmi 2011, 13–18.) Vuonna 2010

markkinoille lanseerattu Applen iPad lienee tunnetuin ja menestynein tablettikone, mutta nyttemmin erilaiset Android-käyttöjärjestelmään pohjautuvat tabletit (esim. Samsung) ovat alkaneet toden teolla haastaa iPadin aseman markkinoilla.

Tutkimusta tehtäessä erilaiset lukulaitteet ja tablettitietokoneet näyttäytyivät vasta orastavana teknologiana, joka tulee todennäköisesti kotoutumaan laajamittaisemmin suomalaisten mediankäyttöön 2010-luvun kuluessa. Keväällä 2011 laitteita oli vielä vähän käytössä ja ne olivat selvästi perhemedioita. Muutamaa viestintäalan opiskelijaa lukuun ottamatta lukulaitteita löytyi lähinnä sellaisten tutkittavien talouksista, jotka asuivat vielä vanhempiensa kanssa. Vanhemmat olivat hankkineet laitteita perheikäyttöön, joten kodin merkitys uuden teknologian haltuunotossa oli tässäkin suuri (vrt. Peteri 2006).



Kuvio 3.1 Medialaitteiden käyttötiheys vastaajien arvioimana (N=323)

Tablettitietokoneiden tulevaisuudenskenaarioissa uumoillaan, että kun niiden hinnat laskevat ja laitteet yleistyvät, ne muuttuvat perheen medialaitteesta henkilökohtaisiksi välineiksi, joita kustomoidaan

omien halujen mukaan (Waller 2012). Tällöin niiden merkitys myös nuorten aikuisten lukemisessa on aivan toinen kuin vuonna 2011. Tämän takia toistimme kysymyksen lukulaitteiden, tablettitietokoneiden ja älypuhelimien hankinnasta kyselyn vastaajille keväällä 2012. Noin puolet alkuperäisen kyselyn vastaajista vastasi uusintaan. Heistä kymmenen prosenttia oli hankkinut tai hankkimassa tablettitietokoneen tai lukulaitteen, joten tällaiset laitteet eivät olleet vuoden aikana lyöneet täysin itseään läpi nuorten aikuisten keskuudessa. Sen sijaan kaksi kolmasosaa uusintakysymykseen vastanneista oli hankkinut tai hankkimassa itselleen älypuhelimien, jonka avulla voi käyttää internetiä. Vuodet 2012–2013 näyttäytyvät siten meidän tutkimuksemme perusteella älypuhelimien lopullisilta läpilyöntivuosilta Suomessa.

Monikäyttöinen älypuhelin sopii sekä yhteydenpitoon että henkilökohtaisen verkkonlukurutiinin seuraamiseen, kun taas tablettitietokone saattaa olla hinnaltaan yhä liian kallis useimmille opiskelijoille. Opiskeluissa tarvitaan tietokonetta ja viestintään kännykkää, joten tabletti pitäisi hankkia niiden lisäksi. Todennäköisimmin tabletit leviävätkin seuraavaksi teknologisten edelläkävijöiden jälkeen maksukykyisten työssäkäyvien aikuisten, pariskuntien ja lapsiperheiden käyttöön.

Tietokoneen suosio perustuu osittain siihen, että vastaajat olivat opiskelijoita ja monet heistä tarvitsivat tietokonetta opinnoissaan. Tietokoneita käytetään kuitenkin opiskelun lisäksi paljon muuhunkin. Esimerkiksi lähes 60 prosenttia vastaajista kertoi käyttävänsä sosiaalista mediaa tunnin tai enemmän päivässä, ja lähes kaikki muutkin vastaajat kertoivat käyttävänsä sitä päivittäin jonkin verran. Tietokone on siten levinnyt 1980-luvun entusiastilaitteesta kaiken kansan työ- ja viestintävälineeksi. Tässä prosessissa vierähti parikymmentä vuotta. Suurin tekijä tietokoneen nousussa kotien mediakeskukseksi on selvästi ollut internetin leviäminen 1990-luvun puolivälin jälkeen.

Kyselymme perusteella internetistä on tullut nuorten aikuisten tärkein viestintäväline. Tulos on samansuuntainen muiden nuorten mediankäyttöä selvittäneiden tutkimusten kanssa (esim. 15/30 Re-

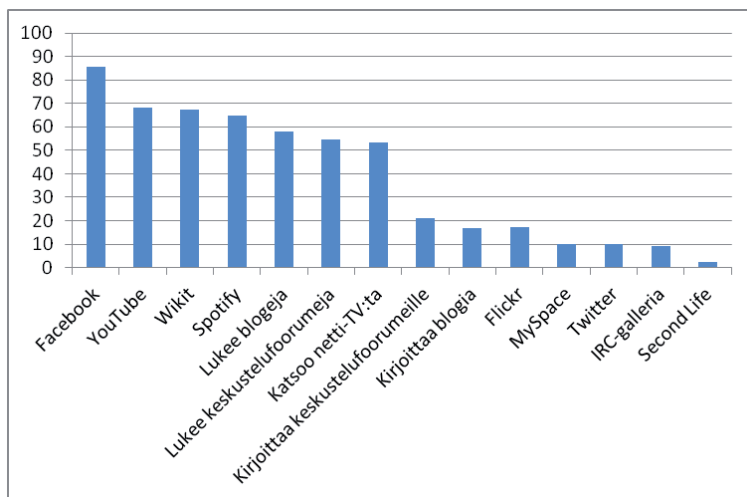
search 2011; Tieto- ja viestintätekniikan käyttö 2010; Kangas ym. 2008). Lähes kaikilla tutkimukseen osallistuneilla oli nettiyhteys kotona, ja osa heistä käytti nettiä myös mobiililaitteiden avulla. Netti oli ohittanut suosiossa television ja sen parissa vietettiin eniten media-aikaa, joten verkkotekstit muodostivat tutkimuksessa määrällisesti keskeisimmän lukemisen kohteen. Ennen 1990-lukua netti ei näkynyt millään tavalla suomalaisissa lukemistutkimuksissa (esim. Eskola 1979; 1990; Niemi 1996), ja vielä 1990-luvun lopussa netti oli vasta leviämässä koteihin (Luukka ym. 2001). Suomalaiset kotikoneet kytkettiin internetiin vuonna 1994.

1980-luvulla syntyneet nuoret aikuiset olivat tutustuneet internetiin yleensä 10–15-vuotiaina, jolloin se oli tavallisesti tullut myös heidän koteihinsa. Myös koulu ja kirjastot toimivat väylinä internetin maailmaan. Ikäero korostui verrattaessa 1980-luvulla syntyneitä lukupiiriin muodostamaan fokusryhmään, jonka jäsenet olivat 35–45-vuotiaita. Heille netti oli tullut tutuksi vasta parikymppisenä opiskelun yhteydessä, joten nettisukupolveksi voidaan Suomessa kutsua hyvällä syyllä 1980-luvulla tai sen jälkeen syntyneitä (vrt. Tapscott 2010). 1990-luvun puolella syntyneet ovat sitten eläneet netin parissa lapsuudestaan lähtien ja he ovat eräänlaisia diginatiiveja (Prensky 2001).

2010-luvun 18–30-vuotiaat nuoret aikuiset olivat sinut sosiaalisen median kanssa, ja heidän netinkäytössään korostuivat yhteisöviestintä ja viihde. NextMedia-hankkeen mediankäyttötutkimuksissa havaittiin, että nuorten mediankäyttö on ylipäätään viihdehakuisempaa ja hektisempää kuin senioreilla: nuoret omaksuvat nopeasti uudet viestintätekniologiat ja käyttävät niitä henkilökohtaiseen kommunikointiin ja viihtymiseen, kun taas ikäihmiset pitäytyvät perinteisissä mediasisällöissä, suosivat asiaa ja keskittymistä vaativia tekstimuotoja ja arastelevat uutta teknologiaa – jos kohta suhtautuvat siihen myönteisesti (ks. Kankainen 2010). Myös PISA-tutkimuksen sovelluksissa on havaittu, että nuorten verkonkäytössä korostuu henkilökohtainen

viestintä ja viihde. Sen sijaan tiedonhakuun liittyvissä lukutaidoissa on havaittu ongelmia (ks. Leino & Nissinen 2012; myös Kiili 2012).

Samantyyppisiä tuloksia on saatu muistakin maista. Esimerkiksi Espanjassa tutkittiin digitaalisten tekstien lukemisen ja koululaisten PISA-tutkimuksen tulosten välistä yhteyttä. Tutkimuksessa havaittiin, että espanjalaiset koululaiset lukevat digitaalisia tekstejä enimmäkseen sosiaalisen vuorovaikutuksen yhteydessä chatissä tai sähköposteista, mutta he eivät juuri lue verkkouutisia tai etsi käytännön tietoa internetistä, vaikka jälkimmäiset lukemisen tavat olisivat opiskeluun liittyvän suoriutumisen kannalta hyödyllisimpiä (Gil-Flores ym. 2012). Meidän tutkimuksessamme nuoret aikuiset käyttivät kuitenkin nettiä myös opiskeluissaan, mikä saattaa liittyä kyselyyn vastanneiden ja haastateltavien valikoitumiseen mutta myös erilaisiin opiskelukulttuureihin: Suomessa erityisesti korkeakouluopiskelijat joutuvat varsin pian työskentelemään itsenäisesti, joten he oppivat käyttämään myös erilaisia tiedonhaun ja oppimisen teknologioita. Koulumaisemmassa järjestelmässä toimitaan ulkoa annettujen ohjeistusten varassa. Mikäli opintosuunnitelmaan ei sisälly uuden viestintäteknologian käyttöä, sitä ei tällöin välttämättä myöskään hyödynnetä opinnoissa.



Kuvio 3.2 Sosiaalisen median käyttö (prosenttia vastaajista, N=323)

Sosiaalisen median parissa eniten aikaa viettivät nuoremmat 16–24-vuotiaat vastaajat (vrt. Leino 2006). Mitä vanhempaan ryhmään vastaajien joukossa siirrytään, sitä vähäisempää oli sosiaalisen median käyttö. Suosituin käytössä oleva sovellus oli Facebook, jota käytti 86 prosenttia kyselymme vastaajista. Osuus on jopa hiukan suurempi kuin Tilastokeskuksen valtakunnallisessa selvityksessä, jossa kar-toitettiin eri ikäryhmien sosiaalisen median käyttöä vuonna 2010 (Tieto- ja viestintätekniikan käyttö 2010). 60 prosenttia kyselyn vastaajista kertoi käyttävänsä sosiaalista mediaa päivittäin tunnin tai enemmän. Luvut ovat samansuuntaisia ruotsalaisten tutkimusten kanssa, joten Pohjoismaissa mediankäytön painotukset ja muutokset etenevät samankaltaisia polkuja (ks. Findahl 2012).

Sosiaalisen median suosio kertoo niistä tekstityypeistä, joita nuoret aikuiset netin kautta eniten lukevat. Painotus on henkilö-kohtaisessa ja yhteisöihin liittyvässä viestinnässä. Useimmin luettavat tekstit ovat siten lyhyitä: keskustelua, kommentointia ja kirjeenvaihtoa, joka muistuttaa enemmän arkisia puhetilanteita kuin tuotettujen sisältöjen vastaanottoa. Toki netin kautta luetaan paljon myös erilaisia ammatillisesti tai harrastusmielessä tuotettuja sisältöjä, mutta ennen muuta netti näyttättyy tutkimuksessamme tilana, jossa nuoret aikuiset kommunikoivat ja liittyvät erilaisiin ryhmiin ja yhteisöihin (vrt. Matikainen 2011b; Ridell 2011). Sosiaalisen median rooli korostui tutkimuksessamme.

Internetin kautta luetut tekstit ovat usein myös multimodaalisia: niissä yhdistyy monia erilaisia mediamuotoja ja esittämisen tapoja, kuten kieltä, kuvia, ääntä, efektejä. Facebookin kautta leviää paljon tällaista materiaalia, mutta myös YouTube, musiikkipalvelut (esim. Spotify), Wikit, blogit ja keskustelufoorumit olivat suosittuja nuorten aikuisten keskuudessa. Kyselyyn vastanneista kaksi kolmesta kertoi käyttäneensä YouTubea, Spotifyta tai Wikejä, ja yli puolet oli lukenut blogeja ja keskustelufoorumeita. Wikien, blogien ja keskustelufoorumien käyttö oli yleisempää vanhempiensa luota pois muuttaneiden kuin vielä lapsuudenkodissa asuvien keskuudessa. Sen sijaan työelä-

mässä kohtuullisen paljon käytetyt LinkedIn ja Twitter eivät saaneet kyselyssämme mainittavaa menestystä. Jälkimmäistä tosin käytti kymmenisen prosenttia vastaajista, mikä lieene lähellä sovelluksen yleistä käyttöosuutta Suomessa. Myös television katsominen jollakin tavoin netin kautta oli opiskelijoiden keskuudessa varsin suosittua. Yli puolet kyselyyn vastanneista kertoi katsooneensa jotain tv-sovellusta. Kansallisen selvityksen mukaan viidesosa suomalaisista katsoi viikoittain televisiota netin kautta (Tilastokeskus 2012, 138). Kyselyt eivät ole yhdenmittaisia, mutta opiskelevien nuorten aikuisten suurta nettitelevision suosiota voi selittää myös heidän haluttomuutensa maksaa tv-lupaa ja hankkia tv-vastaanottimia.

Painotuotteita arvostetaan

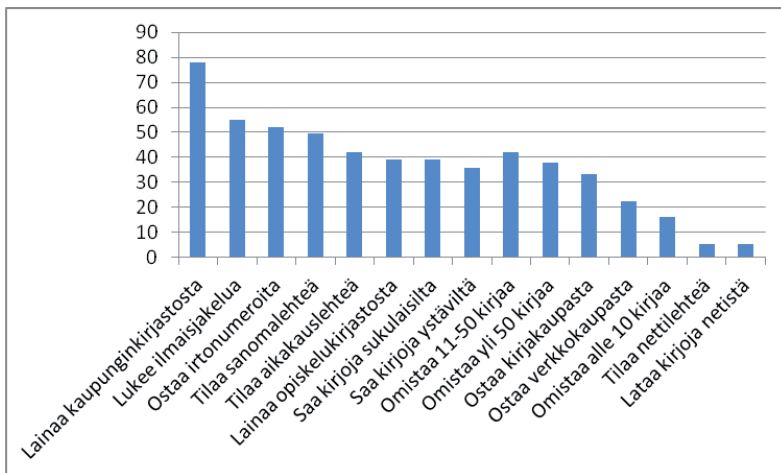
...jos mä haluan lukee vapaa-ajalla kirjaa niin se on ehottomasti se painettu kirja. Et se on niinku osa sitä juttua, et se kirja on käessä. Ettei tarvii lukee mistään näytöltä. No lehetkin, jos niinku mää haluan vaikka jonku sisustuslehen tai tämmösen aikakauslehen mitä mää luen junassa tai muuten, niin se on sitte tosi paljon kivempi lukee se oikee lehti...
(Teemahaastateltava, nainen 25 v.)

Painotuotteilla on edelleen vahva asema nuorten aikuisten media-maisemassa (vrt. esim. Karim & Hasan 2007). Puolet kyselyyn vastaajista tilasi sanomalehteä, joka oli useimmiten maakunnan johtava päivälehti *Aamulehti*. Myös *Helsingin Sanomia* tilattiin usein. Joillekin tuli päivälehden ohella myös toinen, omaan opiskelualaan tai työhön liittyvä lehti, kuten *Kauppalehti*.

Myös mediapäiväkirjat ja haastattelut osoittivat sanomalehden kuuluvan edelleen useimpien nuorten aikuisten arkeen. Lehden luke-

minen oli osa monien näihin tutkimuksiin osallistuneiden aamurutineja. Nekin, joille ei tullut tilattua sanomalehteä, lukivat säännöllisesti lehtien verkkoversioita netistä. Tulosta saattaa kuitenkin vääristää se, että teemahaastatteluihin osallistuneet ja mediapäiväkirjojen pitäjät opiskelivat viestintäaineita, joten lehden lukeminen kuului muita nuoria aikuisia todennäköisemmin heidän elämäänsä.

Esimerkiksi fokusryhmissä lehden lukeminen ei korostunut samassa määrin. Etenkin 20–25-vuotiaat lukemisyhteisöjen jäsenet suosivat uutisten seuraamista netin välityksellä ja kavereiden suosituksista. Nämä diginatiivit saattoivat kertoa tarttuvansa hammaslääkärin odotustilassa mieluummin älypuhelimeen kuin tarjolla oleviin lehtiin. Tutkimuksemme tuloksen voikin kääntää myös toisin ja todeta, että vajaa puolet kyselyyn vastanneista *ei* tilannut sanomalehteä. Vielä 2000-luvun taitteessa lähes kaikki 13–19-vuotiaat nuoret lukivat sanomalehteä, ja vanhempien luona asuvista 93 prosentille tuli kotiin vähintään yksi lehti (Luukka ym. 2001, 146–148). Näiden nuoriksi aikuisiksi kasvaneiden kiinnostus sanomalehteä kohtaan näyttäisi siten radikaalisti vähentyneen 2000-luvun aikana.



Kuvio 3.3 Painotuotteiden hankinta ja omistus (prosenttia vastaajista, N=323)

Toisaalta 2000-luvun taitteen kyselytutkimuksen 18–19-vuotiaiden joukossa sanomalehtien lukeminen ja tilaaminen oli kutakuinkin yhtä yleistä kuin meidän aineistossamme: alle puolet omaan talouteen muuttaneista nuorista tilasi tuolloin lehden (mt.,147). Tässä suhteessa ei siis ole tapahtunut kymmenessä vuodessa mitään radikaalia muutosta. Aineistojemme perusteella nuoret aikuiset eivät näin ollen vaikuta vielä sanomalehtien suhteen menetetyltä sukupolvelta, vaan he ovat sosiaalistuneet sanomalehtien lukemisen kulttuuriin yhtä vahvasti kuin parikymppiset suomalaiset runsas kymmenen vuotta aiemmin. Osa heistä on siirtynyt tai siirtymässä lehtien sähköisiin versioihin, mutta lehtien arvostus ja sanomalehden lukeminen rituaalina ovat edelleen voimissaan nuorten aikuisten keskuudessa. Tosin aineistossamme on merkkejä siitä, että nuorempien diginatiivien joukossa painettu lehti ei enää kiinnosta.

Painotuotteiden suosiossa on suuria maakohtaisia eroja. Suomi ja muut Pohjoismaat ovat aina olleet painotuotteiden suurkuluttajia. Samansuuntaiset painotukset näkyvät kuitenkin monissa maissa. Esimerkiksi Iso-Britanniassa painotuotteet – lehdet ja kirjat – ovat edelleen lukukohteina ylivoimaisia ykkösiä, mutta niiden myynti on laskussa. Sen sijaan sähköisten julkaisujen myynti kasvaa voimakkaasti ja syö painotuotteiden levikkiä. (Esim. Food 2012.)

Nuoret aikuiset lukivat ja tilasivat myös aikakauslehtiä, mutta kenties hiukan yllättäen vähemmän kuin sanomalehtiä. Aikakauslehtien konseptilähtöisyys tuli esille niiden selvänä jakautumisena naisten ja miesten genreihin (vrt. Töyry 2005). Suosituimpia lehtiä olivat erityisesti nuorille naisille suunnatut *Cosmopolitan*, *Olivia*, *Trendi* ja *Me Naiset*. Myös terveyteen ja liikuntaan liittyvät lehdet olivat suosittuja. Miehet tilasivat enemmän esimerkiksi tietokoneaiheisia lehtiä. Sukupuolen näkökulmasta lehtivalinnat muistuttivat 13–19-vuotiaiden nuorten lehtisuosikkeja 2000-luvun taitteessa (Luukka ym. 2001, 134–137). Iän myötä lukemisen kohteet olivat kuitenkin vaihtuneet teineille ja nuorille suunnatuista lehdistä aikuisten naisten lehtiin ja yleisaikakauslehdistä (*Apu*, *Seura*, *Seiska*) erikoislehtiin.

Yleisaikakauslehdet liittyvät selvästi lapsuuden perhe-elämään, kun taas 2010-luvun nuoret aikuiset tilasivat lehtiä nimenomaan itselleen omien kiinnostuksen kohteidensa – esimerkiksi harrastustensa – perusteella.

Muutos saattaa heijastella myös niitä vaikeuksia, joita monet yleisaikakauslehdet ovat 2010-luvulle tultaessa kohdanneet (ks. Tilastokeskus 2012, 84–88). 2010-luvulla parhaiten näyttäisivätkin menestyvän aikakauslehdet, joilla on selkeästi rajattu aihe ja uskollinen yleisösegmentti. Poikkeuksiakin löytyy. Vaikka useimpien tilattavien lehtien levikit laskivat vuosina 2010–2011, joidenkin asiakas- ja ilmaislehtien levikit päinvastoin kasvoivat. Esimerkiksi *Yhteishyvä* lisäsi levikkiään lähes kolme prosenttia vuosina 2010–2011, ja ilmaislehtien markkinat kasvoivat 2010–2011 välisenä aikana kuusi prosenttia (Levikintarkastus 2012).

Nuorten aikuisten vankkumattominta painotuotteiden arvostusta nautti kuitenkin kaikkien osatutkimustemme perusteella kirja. Valtaosa kyselyyn vastanneista kertoi omistavansa yli kymmenen kirjaa. Vajaa puolet vastaajista ilmoitti omistavansa yli 50 kirjaa. Erityisesti kaunokirjallisuutta arvostettiin vapaa-ajan viihdykkeenä ja sivistyksen muotona, mutta suuri osa haastateltavista valitti ajan puutetta. Opiskelu ja siihen liittyvät kirjat veivät useimpien mielestä liian paljon aikaa, mikä oli pois muun kirjallisuuden lukemisesta. Monet haaveilivatkin tulevaisuudesta, jossa olisi aikaa lukea kaunokirjallisuutta. Jopa kaikkein eniten tietokonevälitteisestä viestinnästä kiinnostuneet diginatiivit unelmoivat oman kirjahyllyn täyttämisestä lempiteoksilla. Kirjan tie vaikuttaa siten tutkimuksemme perusteella kaikkea muuta kuin loppuun käydyltä.

Samoin kuin Suomessa, yhdysvaltalaiset korkeakouluopiskelijat käyttävät paljon enemmän aikaa akateemisten tekstien lukemiseen kuin vapaa-ajan lukemiseen (Sheorey & Mokhtari 1994). Luke-misharrastuksessa on tosin eroja eri sukupuolten ja opiskelualojen välillä: naisopiskelijoiden on todettu lukevan miehiä enemmän ja humanististen alojen opiskelijoiden lukevan enemmän kuin luonnon-

tieteiden, tekniikan ja matematiikan opiskelijoiden (Mokhtari ym. 2009). Meidän tutkimukseemme osallistui nuoria aikuisia monilta eri opiskelualoilta, mutta aineistoissa painottui kuitenkin naisopiskelijoiden ja humanististen sekä yhteiskuntatieteellisten aineiden opiskelijoiden joukko, mikä saattaa osaltaan vinouttaa tuloksia kirja- ja lukemismyönteiseen suuntaan.

Liiketalouden opiskelijoiden lukemistottumuksia tutkinut yhdysvaltalainen Kay Braguglia on todennut, että opiskelijat lukevat eniten liiketalouden oppikirjoja ja toiseksi eniten liiketalouteen liittyvää materiaalia internetistä. Huvikseen he lukevat aikakauslehtiä, uskonnollisia julkaisuja ja sanomalehtiä. Alle puolet luki viikoittain kauno- ja tietokirjallisuutta. Monet liiketalouden opiskelijoista eivät lukeneet lainkaan viikoittain. (Braguglia 2005.) Kanadalaisessa tutkimuksessa sen sijaan havaittiin opiskelijoiden lukevan mielellään huvikseen (Parlette & Howard 2010). Erityisesti vapaa-ajan kauno- kirjallisuuden lukemisen suosiossa on siten myös kansallisia eroja. Suomen ja Kanadan tuloksia voi selittää ainakin osittain painotuotteiden ja kirjakulttuurin historiallisesti vahvempi asema näissä maissa verrattuna vaikkapa Yhdysvaltoihin.

Suosikkikirjat muuttuneet

... sitte ku tuli nää Harry Potterit ja tällaset, niin ne innosti tosi paljon mukaansa. Ja sitten samalla kun alko enemmän lukemaan niin sitten samalla kirjastoissa oli tämmösiä että ”luitko jo Potterit, tässä on muita ehdotuksia, että mitä muita voisit lukea”. Et ne oli tehny semmosen kivan listan ja sieltä tuli sitten luettua.

(Fokusryhmähaastateltava, nainen 22 v.)

2010-luvun nuorten aikuisten lempikirjat olivat muuttuneet edeltäisiin suomalaisiin lukemistutkimuksiin verrattuna. 1990-luvulle saakka suomalaiset suosivat kotimaista kirjallisuutta, ja mieskirjailijat olivat selvästi naiskirjailijoita suosituimpia ja tunnetumpia (Eskola 1990, 37–43). 2010-luvulla fantasiakirjallisuus oli noussut molempia sukupuolia yhdistäväksi nuorten aikuisten suosikkigenreksi, jonka kirjoittajat tulivat usein ulkomailta. Kirjoittajien sukupuolella ei tunnu olevan enää niin väliä: genre ja sisällöt ratkaisevat. J. K. Rowlingin *Harry Potter*, Stephanie Meyerin *Twilight* ja George R. R. Martinin *Tulen ja jään laulu* toistuivat vastauksissa nuorten aikuisten suosimina fantasiakirjasarjoja. Myös ulkomaiset dekkarikirjailijat, kuten Dan Brown ja Stieg Larsson, olivat nuorten aikuisten suosikkeja.

Fantasian nousu suosikkigenren joukkoon orasti jo 2000-luvun taitteen nuorten lukijoiden suosikkilistoilla, mutta tuolloin vielä nuortenromaanit, tyttöjen romanttiset rakkauskertomukset ja poikien jännitystarinat olivat teinien suosiossa (Luukka ym. 2001, 123–127). Myöhemmät lukemistutkimukset ovat kuitenkin todentaneet 1980-luvulla syntyneiden muodostavan eräänlaisen fantasiasukupolven, jonka suosikkikirjailijat J. R. R. Tolkien ja J. K. Rowling ovat yhtä korostetussa asemassa kuin Kalle Päätalo ja Laila Hietamies olivat ennen talvisotaa syntyneiden sukupolvikokemuksessa (Eskola 2009, 134–137). Toki Väinö Linnan ja Mika Waltarin tapaiset suomalaiset klassikot samoin kuin kotimaiset dekkarit saivat mainintoja myös nykyisten nuorten aikuisten lukulistoilla, mutta mistään kotimaisen kirjallisuuden ylivallasta ei voi puhua – pikemminkin vaakakuppi on kääntynyt ulkomaisten kirjailijoiden hyväksi.

Kirjallisuudentutkija Juhani Niemi (2007) pitää myös anglo-amerikkalaiseen kirjallisuuteen painottumista nykytrendinä. Kirjallisuuden suosikit ovat alkaneet siten mukailla populaarikulttuurin yleisiä linjauksia – tuleehan suuri osa nuorten suosimasta musiikista, elokuvista ja tv-sarjoista angloamerikkalaisesta kulttuuripiiristä, ja englannin kielestä on viimeistään internetin myötä tullut nuorten

”lingua franca”, kaikkien tuntema kieli. Monet tutkimukseemme osallistuneet joutuivat kuitenkin elämäntilanteestaan johtuen lukemaan tieto- ja oppikirjallisuutta enemmän kuin kaunokirjallisuutta, mikä harmitti heitä suuresti. Myös yhdysvaltalaisessa tutkimuksessa opiskelijat ilmaisivat nauttivansa vapaa-ajan lukemisesta ja pitivät sitä tärkeänä, mutta he eivät kuitenkaan harrastaneet vapaa-ajan lukemista läheskään niin usein kuin muuta mediaa. Internetin käytön ei kuitenkaan havaittu kilpailevan vapaa-aikaan tai opiskeluun liittyvän lukemisen ajan kanssa, kun nuorilla oli samanaikaisesti useita medioita käytössä. (Mokhtari ym. 2009.)

Suomalaisten lukemistutkimusten perusteella voi piirtää selkeän jaottelun eri mediasukupolvien kirjallisesta mausta (ks. Eskola 2009, 134–135). Ennen 1960-lukua syntynyt sanomalehtisukupolvi kiinnittyy selvästi kotimaisten mieskirjailijoiden kaanoniin. Heille Kalle Päätalo, Väinö Linna ja Mika Waltari muodostavat lukemiston selkärangan. Naislukijoiden keskuudessa Laila Hietamies ja Kaari Utrio lyövät kiilaa mieskirjailijoiden rivistöön. 1960–1970-luvuilla syntynyt televisiosukupolvi lukee jonkin verran samoja kirjailijoita kuin vanhempansa, mutta mitä nuorempiin ikäluokkiin siirrytään, sitä enemmän suosikkilistoilla alkavat korostua John Grishamin, Stephen Kingin, Henning Mankellin ja Ilkka Remeksen tapaiset ulkomaiset ja kotimaiset rikos- ja jännityskirjailijat. Myös Arto Paasilinna nousee 1950–1970-luvuilla syntyneiden suosikiksi. Nettisukupolven lukulistoilla ulkomainen fantasia ohittaa suosiossa muut kirjallisuuden genret, joista dekkarit ja kotimaiset klassikot kuitenkin pitävät edelleen pintansa.

Lukemisen kohteet muuttuvat sukupolvien mukana, mutta niissä on myös selkeitä kansallisia painotuksia ja jatkuvuutta, joka pitää samoja kanonisoituja teoksia suosikkikirjojen listoilla vuodesta toiseen. Lukemistot uudistuvat tietenkin myös ajan mukana: vaikka vanhempien sukupolvien kirjalliset suosikit löytyisivät edelleen kansallisen kirjallisuuden kaanonista, tuskin he jatkuvasti lukevat samoja kirjoja.

Kirjojen vuosittaiset myyntitilastot osoittavat joidenkin kotimaisten aikalaiskirjailijoiden nousua lukijoiden suosikeiksi mutta myös käännöskirjallisuuden – erityisesti dekkareiden – menestystä.

Pelaaminen jakaa porukkaa

Piti vaan sanoa, et mä taas pelaan aika aktiivisestikin videopelejä. Tosin se saattaa johtua ehkä vähäsiitäkin, että mä sain pleikka ykkösen joltain 8-vuotiaanako? Ja se varmaan olis jäänyki siin jossain kohtaa, mutta kun mulla on pikkuveli, ni sit se on välillä vähä silleen et ”pelataan yhdessä nyt!”
(Fokusryhmähaastateltava, nainen 20 v.)

Vaikka digitaalisten pelien pelaaminen on nettisukupolven keskuudessa suosittua, se jakaa kuitenkin joukon selvästi kahtia: kyselyymme vastanneista vain puolet ilmoitti omistavansa pelejä. Puolet heistä kertoi myös omistavansa jonkin pelikonsolin. Konsolit näyttäisivät liittyvän erityisesti lapsiperheisiin, kun taas nuorten aikuisten talouksissa tietokoneella on paljon suurempi rooli myös pelaamisessa (vrt. Luukka ym. 2001, 108).

Tulos on siinä mielessä yllättävä, että tuoreiden pelaajabarometrien mukaan lähes yhdeksän kymmenestä suomalaisesta pelaa vähintään kerran kuussa (Karvinen & Mäyrä 2011). Barometreihin on kuitenkin laskettu mukaan kaikki pelaaminen alkaen kännyköiden mato- ja *Angry Birds* -peleistä tietokoneiden pasiansseihin ja rahattai lautapeleihin. Kyselymme vastaajat mielsivät pelaamisen siten rajatumminkin kuin yleiset pelaajabarometrit. Voi sanoa, että vastaajat todella kokivat harrastavansa pelaamista, jos he ilmaisivat pelaavansa. Vastauksissa painottui myös ennen muuta digitaalinen pelaaminen,

joka on pelaajabarometrienkin mukaan suosituimpaa nuorempien kuin vanhempien ikäryhmien joukossa – olkoonkin että ikäryhmien ero on tässä suhteessa pienenemässä (Karvinen & Mäyrä 2011, 28).

Suosituimmaksi peliksi kyselyssämme osoittautui *The Sims* -simulaatiopeli, mutta myös strategia-, toiminta- ja urheilupelit olivat varsin suosittuja. Yleisimmin mainittiin *Civilization* ja *Command & Conquer* sekä sotaisat toimintapelit, kuten *Counter-Strike* ja *Call of Duty*. Myös urheilu- ja roolipelejä (esim. *Football Manager*, NHL-pelit, *World of Warcraft* ja *Guild Wars*) mainittiin usein. Pelit ovat osittain samoja kuin pelaajabarometrin mukaiset suomalaisten suosikkipelit, mutta barometreissä kärkeisijoa pitävät erilaiset ilmaisapelit, kuten Windows-käyttöjärjestelmän pasianssi, kännyköiden *Angry Birds* ja matopeli, Mahjongin ja Sudokun tapaiset pulmapelit sekä raha- ja urheilupelit (Karvinen & Mäyrä 2011, 26). Tutkimuksemme osallistuneet nuoret aikuiset tarkastelivat pelaamista ennen muuta tietokonepelien ja konsolipelien näkökulmasta, kun taas pelaajabarometrien vanhemmat sukupolvet ymmärtävät pelaamisen keskimäärin laajemmin ja laskevat mukaan esimerkiksi raha- ja korttipelit.

Pelaaminen jakaa nuorten aikuisten sukupolvea aktiiviharrastajiin ja vähemmän aktiivisiin. Pelaajista löytyi todella innokkaita entusias- teja, jotka omistavat paljon pelejä ja pelilaitteita ja viettävät runsaasti aikaa pelien parissa. Tässä tutkimuksessa nämä olivat useimmiten miehiä, joten sukupuolella näyttäisi olevan edelleen pelaamisessa merkitystä, vaikka erot tässä suhteessa ovat jonkin verran tasoittuneet vaikkapa 2000-luvun taitteeseen verrattuna (vrt. Luukka ym. 2001, 108–114; Karvinen & Mäyrä 2011, 20–22). Nuorissa aikuisissa on paljon satunnaisia pelaajia, mutta myös niitä, jotka eivät pelaa juuri lainkaan. Suhde digitaaliseen pelaamiseen näyttäisi tutkimuksemme perusteella olevan jotain, johon täytyy muodostaa kanta. Tässä mielessä nuorten aikuisten pelikäytännöissä on kaikuja vanhempien sukupolvien mediasuhteesta. Sanottu saattaa juontua toisaalta pelaamisen haittoihin liittyneestä julkisuudesta ja mediakasvatuksesta

pelaamisen kontrolloinnista. Nuorten aikuisten kohdalla kyse lienee tätä useammin ajankäytöstä: pelaaminen koettiin niin koukuttavaksi, että sitä oli syytä kontrolloida itse, jotta aikaa jäisi myös muuhun.

Elämäntilanne määrittää mediankäyttöä ja lukemista

Ainaki se on muuttunu siit kaunokirjallisuudesta ja semmosesta omaks huviks luetusta tietokirjallisuudesta siihe, et on pakko lukee tenttikirjoja. Tavallaan tuntuu, et koko ajan on päällä joku ihme tenttiprojekti, mihin pitää lukee kaheksan kirjaa ja kaikki englanniks ja sillee... Siin ei oo aikaa enää lukee semmost tavallista virkistävää kirjallisuutta.
(Teemahaastateltava, nainen 25 v.)

Television tai elokuvien katselu ja musiikin kuuntelu eivät nousseet tutkimuksessa esille erityisinä mediankäytön muotoina, vaikka ne olivat selvästi eri aineistojen perusteella nuorille aikuisille erittäin tärkeitä viihtymisen keinoja ja myös yhteisten makujen aluetta. Televisiota, elokuvia ja musiikkia pidettiin ilmeisesti niin itsestään selvinä elämän osina, että niitä ei haluttu kyselyssä ja haastatteluissa erikseen selvittää. Television merkitys korostui lähinnä lapsuusmuistojen yhteydessä, kun haastateltavien kanssa keskusteltiin heille merkityksellisistä mediasisällöistä. Kansallisissa tutkimuksissa television merkitys näyttää kuitenkin vähentyvän nuoremmissa ikäluokissa. Television varsinaisia suurkuluttajia ovat vanhemmat sukupolvet (Finnpanel 2012). Toisaalta voi olla, että käytössä olevat tv-mittaustutkimusmenetelmät eivät enää mittaa kovin hyvin nuorten nykyistä televisionkatselua, joka tapahtuu paljolti tallenteiden ja netin välityksellä. Televisioksi mielletävä ohjelmatarjonta voi silti olla hyvin tärkeä osa nuorten vapaa-aikaa.

Kaikkiaan suomalaisten nuorten aikuisten arki näyttäytyi tutkimuksen valossa hyvin medioituneelta (vrt. Fornäs 1999). Mediat ja viestimet olivat monella tapaa läsnä arjessa, opiskelussa, työssä, viihtymisessä, tiedonhaussa ja viestinnässä. TNS Atlas Intermedia -tutkimuksen mukaan suomalaiset käyttivät vuonna 2010 mediaa keskimäärin yli kahdeksan tuntia päivässä. Televisio-ohjelmia, musiikkia ja elokuvia saatetaankin seurata nykyään niin monenlaisilla päätelaitteilla, että niiden erityiset identiteetit viestintävälineinä hämärtyvät. Nuorille ei välttämättä ole väliä, millä laitteella tai välineellä sisältöjä kulutetaan – pääasia että sisältö on kiinnostavaa tai sen kuluttaminen muuten, vaikkapa sosiaalisesti, palkitsevaa.

Mediapäiväkirjojen ja haastattelujen perusteella nettisukupolven mediankäyttöä luonnehti ”simultaanisuus” tai ”multitasking”, monien viestinten ja medioiden samanaikainen käyttö, joka voi olla myös tavoitteellista ja päämäärätietoista toimintaa – ajan ja vaivojen säästämistä sekä tiedonhaun tai muun tehtävän tarkoituksellista maksimointia (Wallis 2006; Tokan ym. 2012). Monissa yhteyksissä kävi ilmi, ettei medialla sinänsä ole nuorille aikuisille niin väliä, vaan sisältö herättää kiinnostuksen ja määrittää tekstin käyttötapoja. Toisaalta on epäselvää, kuinka hyvin he edes tiedostivat median roolin eri yhteyksissä. Erityisesti internet näyttäytyy aineistossa mediana, jonka välineluonne tuntuu katoavan, koska se jäsennetään ennemminkin toiminnan tilaksi kuin välineeksi.

Tässä nuoret aikuiset eroavat selvästi vanhemmista mediasukupolvista, jotka ovat tottuneet erottelemaan mediankäytön muista aktiviteeteista. Vanhempien sukupolvien mediankäyttöä luonnehtii myös enemmän keskittyminen yhteen viestimeen ja tekstiin kerrallaan (vrt. Kankainen ym. 2010). Juuri tässä saattaa olla yksi ongelma mediatuotannon vallitsevien liiketoimintamallien näkökulmasta. Media on pitänyt yksittäistä tuotantoa keskeisenä liiketoiminnan yksikkönä, mutta nykyisessä monikanavaisessa viestintäympäristössä mediaa simultaanikäyttävät nuoret mieltävät toimintansa pikemminkin liikkumiseksi tilassa, jossa on erilaisia aktiviteetin ja tarjonnan

muotoja samanaikaisesti läsnä. Tällaisesta mediankäytöstä hyötyvät tilan haltijat – operaattorit, teknologian tarjoajat – mutta sisältöjen tekijöiden ja välittäjien on vaikeampi löytää keinoja saada kuluttajat maksamaan ylitsevuotavasta tarjonnasta.

Elämäntilanne määrittelee kuitenkin nykyäänkin lukemisen kohteita ja tapoja. Tutkimukseen osallistuvilla opiskelu ja työ veivät paljon aikaa, määrittivät lukemisen kohteita ja rytmittivät mediankäyttöä. Suuri osa valitti, että aikaa jäi liian vähän itseä kiinnostavan kirjallisuuden lukemiseen. Elämäntilanne saattoi vaikuttaa jopa tekstimuotojen ja lajityyppien valintaan, kuten pienten lasten vanhemmilla, jotka ajanpuutteen ja väsymyksen takia suosivat lyhyitä tekstimuotoja: romaanien sijaan luettiin novelleja ja runoja, kirjallisten tekstien sijaan ”pikaluettiin” netin tarjontaa. Myös NextMedia-hankkeen mediankäyttötutkimuksessa havaittiin, että nuorten vanhempien mediankäyttö oli osittain perhetilanteesta johtuen hyvin hektistä ja katkonaista, kun taas ikäihmisillä oli selvästi enemmän aikaa pitkäjänteiseen median kulutukseen. Osittain ero selittyi myös ikäryhmien erilaisella mediasuhteella: siinä missä nuoremmat etsivät mediasta jatkuvasti uusia ärsykeitä ja kiinnostuksen kohteita, iäkkäät kaipasivat rauhallisempaa tempoa ja mahdollisuutta keskittyä yhteen sisältöön kerrallaan. (Kankainen ym. 2010.)

Lukemisen kohteiden valinta saattaa siten juontua hyvinkin materiaalisista syistä tai sattumasta, eikä siinä aina ole kyse teknologiasta, käyttöliittymästä, rationaalisesta päätöksestä, harkinnasta tai edes mielihallusta. Kuten Google-sukupolven tiedonhakua tutkinut lontoolainen CIBER-ryhmä esittää, eri elämänvaiheissa tarvitaan erilaisia tiedonhankinnan tapoja (UCL 2008). Toisaalta opiskelu tuo myös vapautta nuorten aikuisten elämään, jonka rytmi ei välttämättä jakaudu kovin selvästi arkeen ja vapaa-aikaan tai viikonloppuun ja arkeen.

Myöskään yhdysvaltalais tutkimuksessa ei löytynyt eroja eri viikonpäivinä opiskelijoiden lukemisessa tai television katsomisessa. Sen sijaan opiskelijoiden internetin käyttö oli viikon alussa yleisempää

kuin lauantaisin. Näyttää siltä, että osa nuorista etsii viikonloppuisin vapaa-aikaa myös internetin sosiaalisesta vuorovaikutuksesta. Silloin kenties tavataan ystäviä pikemminkin kasvokkain kuin netin välityksellä. (Mokhtari ym. 2009.) Tällainen liukuva ajankäyttö saattaa olla yleistymässä kaikissa ikäryhmissä. Sen myötä myös mediankäyttö ja lukutottumukset irtautuvat perinteisistä aikatauluista, kuten median arkeen rakentamasta rytmistä.

Mistä luettava hankitaan?

No jos mää haen jostain tietoa niin mää laitan siinäkin niinku Googleen muutamat niinkun hakusanat ja sitä kautta selailen ne mielenkiintoisimmat tulokset mitä tulee – niin sitä kautta ne yleisimmät blogit tulee.

(Teemahaastatteltava, nainen 25 v.)

Painotuotteet hankitaan edelleen pitkälti perinteisiä kanavia pitkin: puolet kyselyyn vastanneista nuorista aikuisista tilasi sanomalehtiä ja jonkin verran harvempi aikakauslehtiä. Yhtä moni, tai vähän useampikin, osti lehtien irtonumeroita ja luki ilmaisjakelulehtiä. Sen sijaan netin kautta lehtiä tilasi vain viisi prosenttia vastaajista (ks. kuvio 3.3). Tämä ei kuitenkaan tarkoita, että verkkolehtiä ei luettaisi. Päinvastoin, niitä luki huomattavan moni. Asiaa ei tiedusteltu erikseen kyselyssä, mutta erityisesti haastatteluaineistoista ja mediapäiväkirjoista kävi ilmi, että jopa lehtien tilaajat tapasivat lukea lehtien verkkoversioita. Internetin ollessa nuorten aikuisten suosituin mediaväline on luonnollista, että he myös lukevat runsaasti lehtien ilmaisversioita verkossa. Lehtien verkkosivujen lukeminen onkin ollut koko 2000-luvun alun suosituin internetin mediakäytön muoto Suomessa (Tilastokeskus 2012, 144).

Verkko onkin vakiintunut ilmaismateriaalin kulutusympäristöksi. Nuoret aikuiset ovat tottuneet käyttämään verkossa julkaistuja sisältöjä ilmaiseksi, eikä valtaosa tutkimukseemme osallistuneista ollut valmis maksamaan verkkosisällöistä, jotka otettiin ikään kuin itsestään selvyyksinä. Poikkeuksen tekee verkon käyttäminen kaupan-teen välineenä. Verkon kautta ostetaan erilaisia hyödykkeitä, myös luettavaa. Yli viidesosa kyselyymme vastanneista oli ostanut kirjoja verkkokaupasta, mikä on toistakymmentä prosenttia enemmän kuin vuonna 2008 toteutetussa kyselyssä (ks. Ekholm & Repo 2010, 160). Nuoret aikuiset mieltävät verkon pikemminkin toiminnan ja kommunikaation tilaksi kuin mediaksi (Matikainen 2011a 26). Verkko alkaa siten olla heille yhtä luonteva kauppapaikka kuin perinteisemmät kaupankäynnin foorumit, mutta tämä ei tarkoita, että ostettavat tuotteet muuttuisivat immateriaalisiksi.

Vaikka verkkokirjakaupat olivat varsin suosittuja, kirjoja ei juuri ladattu netistä. Kirjat hankittiin fyysisinä esineinä riippumatta siitä, mitä kautta ne ostettiin. Verkkokirjoja käytettiin lähinnä opiskeluun, missä niiden osuus on jatkuvassa kasvussa, kun kirjastot siirtyvät pikku hiljaa sähköisiin oppimateriaaleihin (UCL 2008). Lukulaitteita tai tablettitietokoneita oli tutkimukseen osallistuvilla niin vähän käytössä, että tällaisiin laitteisiin kirjoja ei vielä juuri ladattu. Kun lukulaitteet leviävät laajemmin, myös sähköisten julkaisujen myynti ja lataaminen tulee yleistymään.

Kirjojen suurkuluttajat keski-ikäiset naiset ja vanhemmat mediasukupolvet ovat ostopaikkauskollisia ja suosivat edelleen kivijalkakirjakauppoja, joita myös kolmasosa kyselyymme vastanneista nuorista aikuisista käytti. Useammin nuoret aikuiset saivat kirjoja kuitenkin lahjaksi sukulaisilta tai ystäviltä. Tutkimuksemme osoittaa, että painettu kirja on edelleen suosittu ja helppo lahjatarvake, mikä puoltaa kirjan säilyvyyttä mediaympäristön muutoksista huolimatta. Toki lukulaite tai tablettitietokone on helppo antaa lahjaksi, mutta siihen ladattavaa luettavaa on sitten vaikeampi paketoida kuin painettua kirjaa.

Kirjasto oli kuitenkin tutkimuksessamme ehdottomasti suosituin paikka kirjojen hankkimiseen. Kirjastojen merkitys suomalaisten lukemisessa on todennettu myös varhaisemmissa lukemistutkimuksissa (esim. Eskola 1979), ja kirjastolaitoksella on ratkaiseva rooli lukemisen tulevia muotoja pohdittaessa. Lähes 80 prosenttia kyselyn vastaajista kertoi lainaavansa kirjoja kaupunginkirjastoista ja vajaat 40 prosenttia opiskelijakirjastoista. Painotus selittyy yliopisto-opiskelijoiden ja muiden opiskelijoiden osuuksilla vastaajista: yliopisto-opiskelijat käyttivät opiskelijakirjastoja, lukiolaiset ja ammattikorkeakoulun opiskelijat eivät niinkään. Tuloksessa voi myös näkyä se, että kirjastojen lainausmäärät ovat vuoden 2004 jälkeen kääntyneet ensimmäisen kerran suomalaisen kirjastolaitoksen historiassa laskuun, kun nuoret ovat alkaneet enenevässä määrin keskittyä verkkoviestintään. Kirjojen lainaaminen kirjastosta vähenee erityisesti diginatiivien ja nuorten miesten keskuudessa (ks. Alanen 2011).

Painetut ja sähköiset tekstit

Usein tuntuu, että se tietokoneen ruudulta lukeminen on jotenkin niin inhottavaa, tai se ei tunnu niin lukemiselta että se on jotenkin helpompi lukee sit ehkä ihan kirja kädessä, sohvalla. Se tuntuu lukemiselta. Oppikirjoja voi alleviivata, tehdä muistiinpanoja. Varmaankin tottumiskysymys.

(Teemahaastateltava, nainen 21 v.)

... jos se [sähkökirja] helpottais sitä saatavuutta, jaettavuutta ja ois selvästi edullisempi. Et jos mä saisin vaikka kaikki suomalaiset uutuuskirjat hyvin paljon halvemmalla siihen ja mä voisin lähettellä niitä kaikille lukupiiriläisille, että luetaanpas nyt

*tämä ja se ois meillä kaikilla hetkessä siinä käytössä,
niin sillon. Mutta tähän asti se ei oo ollu mahdollista.*
(Fokusryhmähaastateltava, nainen 44 v.)

Suomalaiset lukemistutkimukset osoittavat kirjalukemisen jatkuvaa lisääntymistä sotien jälkeisellä ajalla 1970-luvulle saakka. Vuosina 1945–1975 suomalaisten ostama kirjamäärä yli kolminkertaistui ja kirjastojen kokonaislainausmäärät yli kymmenkertaistuivat (Eskola 1979, 122–125). Julkaistujen kirjanimikkeiden määrä kasvoi samana aikana lähes kaksinkertaiseksi (mt., 35–37). Nimikemäärät ovat jatkaneet kasvuaan 2000-luvulle asti, mutta 2010-kynnyksellä taittuneet hienoiseen laskuun (Tilastokeskus 2010, 155–157). Tämä ei kuitenkaan ole näkynyt kirjojen lukemiseen käytetyssä ajassa, joka on pysytellyt kutakuinkin samana 1990–2000-luvuilla (Tilastokeskus 2010, 166; Ekholm & Repo 2010). Lukemiseen käytetyn ajan kasvamattomuus tai supistumattomuus viittaa siihen, että siinä on saavutettu jonkinasteinen saturaatio: enempää eivät suomalaiset keskimäärin ehdi lukea.

Suomessa on pitkä kirjojen lukemisen kulttuuri, mikä näkyy esimerkiksi kirjastolaitoksen vahvana asemana yhteiskunnassa. Vaikka kirjojen lainaaminen on kääntynyt ensimmäisen kerran suomalaisen kirjastolaitoksen historiassa 2000-luvulla laskuun, on lainaaminen edelleen moninkertaista naapurimaihin Ruotsiin ja Norjaan verrattuna. Kirjaston suhteellisesta suosioista huolimatta myös Suomessa kirjastojen lainausmäärät, uutuushankinnat ja kirjastokäynnit ovat olleet tasaisessa laskussa vuoden 2004 jälkeen. Kasvua on ollut lähinnä kirjastojen digitaalisessa käytössä ja nettikäynneissä. (Alanen 2011.)

Meidän tutkimukssamme nousi kuitenkin esiin kirjan suuri arvostus nykyisten nuorten aikuisten keskuudessa. Kirjan arvostus näkyi muun muassa sen suosiona lahjatavarana. Kirjalla on vuosisataiset perinteet ja länsimainen kulttuuri on rakennettu kirjasisivistyksen varaan, joten kirjakulttuurilla on suorastaan myyttistä arvovaltaa, joka

tuli esiin tunteenomaisena kirjan puolustamisena ja sähköisten julkaisujen arvosteluna. Kyselyn avovastauksissa puhuttiin jopa paperin tunnusta sormenpäissä ja painomusteen tuoksusta, kun painotuotteita puolustettiin verrattuina sähköisiin julkaisuihin.

Tutkittavat perustelivat myös monin rationaalisin argumentein kirjaa. He pitivät sitä järjestään hyvänä käyttöliittymänä, jota oli miellyttävä lukea ja helppo käsitellä. Kirjan puolesta puhuu sen käyttöesineluonne. Kun kirjan ostaa, sen saa varauksetta omakseen. Siihen voi halutessaan tehdä merkintöjä ja sitä voi käyttää vaikka kukkaruukun tukena. Kirjan voi lainata tai laittaa kiertoon myymällä, joten sen materiaallinen arvo on hyvä. Kirjoja pidettiin myös kauniina esineinä, joita on mukava kerätä hyllyyn.

Ehkä vielä kirjan myönteisiä ominaisuuksia enemmän sen hyvyttä perusteltiin arvostelemalla sähköisiä julkaisuja. Sähkökirjat koettiin toistaiseksi huonoiksi käyttöliittymiksi, joiden lukeminen näytöltä oli raskasta. Osittain tähän vaikutti se, että suurin osa vastaajista oli lukenut sähkökirjoja tietokoneen näytöltä, koska varsinaisia lukulaitteita ja tablettitietokoneita oli tutkimusta tehdessä vielä vähän käytössä. Näkemys tulee todennäköisesti muuttumaan, kun sähköiseen lukemiseen paremmin soveltuvat laitteet yleistyvät. Kuitenkin myös tällaisia laitteita kokeilleet haukkuivat usein sähkökirjoja käyttöliittyminä. E-kirjojen valikoimia pidettiin vielä keväällä 2011 aivan liian suppeina ja lataamista hankalana (vrt. Heikkilä 2011, 14, 23, 54; Nurmi 2011, 4, 8). Erilaiset tietoturvaan ja tekijänoikeuksiin liittyvät salasanat, lukot ja avainkoodit tekivät e-kirjojen käytöstä joidenkin mielestä suorastaan epämiellyttävää.

Suurin este e-kirjojen hyväksymiselle tuntuisikin olevan kuluttajien vastustus. Kuluttajat eivät ole vielä hyväksyneet ajatusta sähköisten kirjojen lukemisesta, ja niiden tietyistä eduista huolimatta – helppo saatavuus, nopeus – useimmat suosivat edelleen painettuja kirjoja. Korealaisen Dong-Hee Shinin (2011) mukaan e-kirjojen yleistymistä hankaloittaa se, että e-kirjojen käyttökokemuksesta puuttuu painettujen kirjojen kantama emotionaalinen ulottuvuus. Kirjojen lukemisessa

on paljon tapoja, tottumuksia ja mielikuvia, joiden taustalla on usein tunteenomaisia suhtautumistapoja. Shin korostaa e-kirjojen käytettävyyden merkitystä ja toteaa, että sitä voitaisiin parantaa sisällön laadun ja palvelujen kehittämisen avulla. Hyvän laatuvaikutelman rakentaminen onkin avainasemassa e-kirjojen leviämisessä. (Shin 2011; Kang ym. 2009.)

Sähkökirjat miellettiin meidän tutkimuksessamme paljolti kertakäyttöhyödykkeiksi, joiden käyttöikä on varsin rajallinen. Formaattien vaihtuminen ja laitekannan jatkuva uudistuminen eivät tehneet e-kirjasta oman kirjaston uskottavaa rakennuspalikkaa, koska e-kirjojen ei luotettu enää muutaman vuoden kuluttua toimivan. Näistä syistä e-kirjoista ei myöskään oltu valmiita maksamaan samoja summia kuin painetuista teoksista. Monet ihmettelivät sitä, että jos e-kirja poistaa paino-, materiaali- ja logistiikkakulut eikä siitä saa itselleen edes varmasti säilyvää hyödykettä, joka on mahdollista myöhemmin vaikka myydä, miksi siitä pitäisi maksaa yhtä paljon kuin painetusta kirjasta. Osa kommentoijista mainitsi myös, että ei löytänyt haluamaansa kirjaa sähköisessä muodossa. Painettuihin julkaisuihin verrattuna e-kirjojen valikoima on toistaiseksi ollut Suomessa auttamattoman suppea. Suomen Kustannusyhdistyksen tilastojen mukaan vuonna 2011 oli suomenkielisiä sähkökirjoja ladattavana noin 1800 nimikettä, joista lähes 800 oli tullut käyttöön vuoden 2011 aikana (Kustannus 2012). E-kirjojen tarjonta kasvaa siten tätä kirjoitettaessa kovaa vauhtia.

Toisaalta vastauksissa nostettiin esille myös verkkojulkaisujen hyviä puolia. Näitä olivat erityisesti ajasta ja paikasta riippumaton ja nopea saatavuus, mikä tuodaan esiin myös muissa e-kirjojen käyttötutkimuksissa (esim. Rowlands ym. 2007). Käyttötekstien yhteydessä tekstin immateriaalisuutta pidettiin myös hyvänä. Jos kirjaa tai lehteä ei haluttu säilyttää, oli vain ekologisestikin hyvä, että tekstin sai luettavaksi mutta sitä ei sen jälkeen tarvinnut enää säilöä tai kierrättää. Nuoret aikuiset olivatkin löytäneet erityisesti internetissä julkaistut lehtien ilmaisversiot, joita luettiin mielellään. Verkon kautta myös hankittiin paperille painettua luettavaa, koska

tilaaminen ja ostaminen olivat sillä tavoin helppoa. Verkkojulkaisuja – myös kirjoja – käytettiin mielellään työssä ja opiskelussa, jossa ne helpottivat aineistojen saatavuutta. Materiaalisista kirjastoista saatetaan olla pikku hiljaa siirtymässä virtuaalisiin kirjastoihin (vrt. Alanen 2011; UCL 2008).

Taulukko 3.1 Painettu kirja vs. e-kirja (tutkimusaineistomme perusteella)

Painettu kirja	E-kirja
Mukava lukea (paitsi painavat ja isot kirjat)	Tietokoneen näytöltä epämiellyttävä lukea (lukulaitteiden leviäminen muuttaa arviota?)
Miellyttävä käyttöliittymä	Tietoturva- ja suojauskäytännöt hankalia
Säilyvä, monikäyttöinen kestohyödyke	Kertakäyttöisyys, epävarma säilyvyys
Laajat valikoimat	Suppeat valikoimat (toistaiseksi)
Saatavuus voi olla epävarma ja hidas (kirjan kierrosta tullut liian nopea)	Nopea saatavuus, aika- ja paikkariippumattomuus (ns. <i>long tail</i> : vanhojen kirjojen saatavuus paranee)
Paperi epäekologinen materiaali?	Ekologisuus (ei tarvita ”kuolleita puita”)?
Hinnat vaihtelevat halvoista pokka-reista kalliisiin	Tulisi olla painettua kirjaa selkeästi halvempi

Toistaiseksi verkkojulkaiseminen sopii tutkimuksemme perusteella hyvin lyhyiden tekstimuotojen levittämiseen, mutta ei yhtä hyvin pitkien tekstien jakelu- ja lukemisympäristöksi. Tutkimuksessamme kuvattiin erityisesti kaunokirjallisuuden lukemista vapaa-ajan vieton ja rentoutumisen keinona. Kirjallisuuden lukeminen miellettiin lehden tai verkkotekstien lukemista kiireettömämmäksi ja siitä haettiin erityisesti elämyksiä ja tekstin maailmaan uppoutumista. Internetistä luetuista teksteistä taas tunnuttiin etsivän uutta tietoa ja tarkempaa taustoitusta johonkin tiettyyn aiheeseen.

Pieni osa tutkimukseemme osallistuneista ei kuitenkaan enää koskenut oikeastaan mihinkään painotuotteisiin. Näitä diginatiiveja

eivät painetut lehdet houkuttelleet edes hammaslääkärinä tai parturia odotellessa, koska älypuhelimien kautta oli käytössä koko netin julkaisuvaraus. Digitaalisen julkaisemisen hyvänä puolenä pidettiin myös sitä, että sen avulla saadaan jakeluun materiaalia, jota muuten olisi vaikea tai jopa mahdoton tavoittaa. Tällaista materiaalia ovat erilaiset historialliset arkistot, joita nettiin on tullut kun kirjallisuutta ja vaikkapa audiovisuaalista materiaalia – elokuvia, tv-sarjoja – on alettu digitoida. Nykyinen painettujen kirjojen kierto on myös hyvin lyhyt. Monet kirjat poistuvat myynnistä jo vuoden sisällä ilmestymisestäään, kun uutuustarjonta korvaa sen kaupoissa. Digitaaliset kauppapaikat ja julkaisumuodot mahdollistavat tällaisen materiaalin saatavuuden ja lisäävät myös kustantajien vanhemman tuotannon (ns. *back list*) ja painotuotteiden ”pitkän hännän” (*long tail*) markkinamahdollisuuksia (ks. Ekholm & Repo 2010, 119–120).

Nuoret aikuiset ovat kuitenkin tottuneet internetin ilmaistarjontaan. Tutkimuksemme osallistuneet eivät juuri olleet valmiita maksamaan nettijulkaisuista. Eniten heitä ärsytti se, jos aiemmin ilmainen palvelu muutettiin maksulliseksi. Nettijulkaisussa tuli olla jotain erityistä, jotta siitä oltiin valmiita maksamaan. Esimerkiksi pelkkä lehden näköiskopio ei herättänyt tutkimuksiin osallistuneissa kiinnostusta, vaan julkaisun piti olla muokattu käyttöliittymää varten. Toimivina esimerkkeinä tällaisista e-lehdistä mainittiin muun muassa *The Guardian* ja *Wired*. Valmiimpia tutkimukseen osallistuneet nuoret aikuiset olivat maksamaan sellaisista sisällöistä, joita he eivät muuten voineet saada käsiinsä. Avoimen internetin aikakaudella tällaisia sisältöjä on kuitenkin haasteellista tuottaa. Tosin osa tutkimukseen osallistuneista arvioi olevansa valmiimpi maksamaan verkkojulkaisuista sitten kun heidän maksukykinsä paranisi, joten sähköisten julkaisujen ensisijaiset markkinat eivät tällä hetkellä ole niinkään opiskelevissa nuorissa kuin hyvin toimeentulevissa tietotekniikan eturintaman kulkijoissa ja vanhemmissa, paljon lukevissa sukupolvissa. Opiskelijoiden taloudellisesta tilanteesta kertoi myös heidän teknologiahankintansa: opiskelijat hankkivat monikäyttöisiä

älypuhelimia ennemmin kuin lukulaitteita tai tabletteja, koska tablettista ei ole vielä heille tietokoneen korvaajaksi opiskeluun liittyvissä käytännöissä.

Tämän tutkimuksen valossa sähköisten julkaisujen leviämistä markkinoille vauhdittaisi ainakin kirjalikoimien laajentuminen ja käyttöliittymien käytettävyyden kehittyminen. Erityisesti kotimaisten e-kirjojen valikoimaa pidettiin liian suppeana. Jos kirja löytyy painotuotteena mutta ei e-kirjana, sitä on vaikea lukea sähköisessä muodossa. Tekstien käytettävyys tulee paranemaan, kun lukulaitteet ja tablettitietokoneet yleistyvät. Niiden avulla e-julkaisujen lukukokemus on huomattavasti miellyttävämpi kuin perinteisen tietokoneen näytöltä. Tekstien ostamisesta, lataamisesta ja käyttämisestä täytyy myös tehdä helppoa. Erityisesti e-kirjojen lataaminen ja käyttäminen on nykyisten tietoturva- ja tekijänoikeusjärjestelyjen takia tavallisen käyttäjän näkökulmasta aivan liian monimutkaista (vrt. Shin 2011).

Myös hinta täytyisi tutkimuksemme perusteella pitää kurissa. E-julkaisujen immateriaalisuus näyttäytyi tutkittavien silmissä jonakin, josta ei oltu valmiita maksamaan samassa määrin kuin painotuotteista, vaikka käytännössä kirjan tekemisen kustannukset eivät sähköisessä julkaisemisessa juuri pienene (vrt. Ekholm & Repo 2010, 147). Kulluttajat eivät ymmärrä, että e-kirjan tekeminen saattaa maksaa jopa enemmän kuin painetun kirjan tekeminen, jos siihen halutaan erilaisia lukulaitteiden välineluonteen huomioon ottavia aidosti vuorovaikutteisia elementtejä, joiden tietotekninen toteutus on kallista. Samaten lukemiseen käytettävät laitteet, erityisesti tablettitietokoneet, olivat vielä tätä kirjoitettaessa opiskelevien nuorten aikuisten näkökulmasta liian kalliita. Jos laitteiden hinnat laskevat tavallisen käyttöelektronikan tasolle, niiden leviäminen laajan lukevan yleisön pariin kiihtyy ja samalla kasvaa myös sähköisten julkaisujen markkinaosuus.

Lukemiseen sosiaalistuminen

... meillä kotona oli niin kuin tosi sellanen lukemiseen kannustava ilmapiiri ja meillä on aina ollut kotona paljon kirjoja. Ja, silloin kun mä en ite luenut, niin meille aina vanhemmat luki ääneen kirjoja. Sitten tietenkin, kun ite oppi lukemaan, niin sitten sen jälkeen itse sitten luenut. Että on aina ollut tosi kannustava piiri lukemiseen.

(Teemahaastateltava, nainen 23 v.)

Suomessa sosiaalistutaan kirjojen lukemiseen kodin ja koulun vaikutuksesta. Myös Suomen kirjastolaitos on ollut vahva kirjakulttuuriin sosiaalistaja. Monien tutkimuksessamme haastateltujen lapsuudenkodeissa on luettu paljon painotuotteita ja tilattu sanomalehtiä. Tästä juontuu arvostus painotuotteita, erityisesti kirjoja kohtaan. Mediaympäristön muutos ja verkkoviestinnän nousu näyttäisivät haastavan huomattavasti kirjakulttuuria enemmän painettujen lehtien tilaamiseen ja lukemiseen liittyvän kulttuurin. Toistaiseksi painetulle kirjalle ei ole tämän tutkimuksen perusteella löytynyt varteenotettavaa kilpailijaa pitkien tekstien markkinoilla, mutta lyhyiden tekstimuotojen osalta nuoret aikuiset ovat löytäneet verkon ilmaistarjonnan.

Kodin, koulun ja kirjaston merkitys on lukemiseen sosiaalistamisessa ennen muuta rakenteellinen. Ne ovat ympäristöjä, jotka pitkälle rakentavat puitteet ja antavat mahdollisuudet lapsuuden ja nuoruuden mediankäytölle. Runsas kirjallisuuden ja painotuotteiden käyttö lapsuudenkodissa korreloi tutkimuksemme perusteella selvästi niiden käyttöön myös nuorena aikuisena (vrt. Kamhiieh ym. 2011; Collinson 2009, 69). Vastaavasti teema- ja fokusryhmähaastattelut paljastavat, että viimeisimmän mediateknologian – netti, pelaaminen – käyttömahdollisuus lapsuudessa on auttanut niiden varhaista omaksumista ja juurtumista myöhempään mediankäyttöön.

Koulu ja kirjasto toimivat vielä 1980-luvun alkupuolella syntyneille kotien varallisuus- ja kulttuurieroja tasoittavina instituutioina, joissa kaikille tarjoutui mahdollisuus päästä kokeilemaan uuden viestintäteknologian mahdollisuuksia. Vanhempien mediasukupolvien kohdalla tämä tasaava vaikutus on puolestaan näkynyt ennemminkin sivistysihanteiden ja painotuotteiden lukemisen sosiaalistajana kuin uuden viestintäteknologian tekemisessä tutuksi: Suomessa sosiaaliluokkien makuerot ovat olleet paljolti kaikkien jakaman koululaitoksen ansiosta yllättävän vähäisiä (vrt. Liikkanen 2009, 173–175). Nytemmin netti on levinnyt niin laajalti suomalaisiin kotitalouksiin, että tasaavan vaikutuksen merkitys on vähentynyt. Uuteen viestintäteknologiaan tutustutaan nykyään useammin kotioloissa kuin julkisissa instituutioissa. Toisaalta koulu ja kirjasto pyrkivät edelleen pitämään yllä kirjakulttuurin arvostusta.

Perheen ja kodin merkitys mediankäytön rakenteellisena sääntelijänä menettää kuitenkin iän myötä merkitystään ja korvautuu vertaisverkostojen vaikutuksilla sekä pyrkimyksellä omaehtoiseen mediasuhteeseen. Vielä nykyäänkin suurta osaa lasten mediankäytöstä kontrolloivat heidän vanhempansa, mikä näkyy esimerkiksi siinä, että teini-ikään asti kirjat ja televisio ovat lasten suosituimpia viestintävälineitä. Yläkouluun siirryttäessä, noin 12-vuotiaana, internet kuitenkin ohittaa television suosiossa, kun lasten itsemääräämismahdollisuudet mediankäytössä kasvavat. (Ks. Kangas ym. 2008.) Vanhempien ohjaileva vaikutus alkaa teini-ikässä väistyä ja kaveriverkostojen merkitys korostua mediankäytössä ja lukutottumuksissa. Vaikka lapsuudenkoti luo pohjan myös nuorten aikuisten mediankäytölle, heidän lukemistottumuksensa etsivät omia uomiaan siitä riippumatta. Teini-ikässä alkava itsenäistyminen on nuorena aikuisena tullut kypsään vaiheeseen, jossa pyritään jossain määrin itsenäistymään myös kaverien vaikutuksesta.

Sisältöjen osalta ehdottomasti merkittävin nuorten aikuisten lukemisvalintoihin vaikuttava taho ovat kuitenkin vertaisverkostot. Ystävien, kaverien ja myös sukulaisten suositukset vaikuttavat tut-

kimuksemme perusteella eniten siihen, mihin luettavaan tartutaan (vrt. Kamhieh ym. 2011). Erilaiset ylhäältä päin annetut suositukset eivät vedonneet nuoriin aikuisiin, joiden lukemisvalintojen tulee ainakin tuntua itse tehdyiltä, vaikka myös vanhempien kirjahyllystä valittiin usein luettavaa. Näin ollen suora markkinointi tai kehoitus lukea jotain ei toimi, ellei kyse ole opiskeluun tai työhön liittyvästä tehtävästä, jota on pakko totella. Opiskelun ulkoa ohjaavuus saattaa korostaa oman valinnan merkitystä nuorten lukijoiden keskuudessa. Vapaa-ajan luettava pitää saada valita omien mielihalujen mukaan, kun kaikki muu luettava on määritelty opintosuunnitelmissa.

Kenen tahansa suosituksilla ei kuitenkaan ole merkitystä lukemisen valinnoissa. Monilla tutkimukseen osallistuneilla oli luottohenkilöitä tai mielipidevaikuttajia, joiden suositukset painoivat lukemisvalinnoissa eniten. Esimerkiksi blogit löydettiin usein jonkun luotettavan kaverin suosituksista. Monesti juuri kaverit kirjoittivat niitä blogeja, joita seurattiin. Lukemisvalinnoissa oli tällä tavoin kyse myös ystävyysuhteiden ylläpidosta ja yhdessä olemisesta. Myös pelit löydettiin monesti kaverien suositteluina. Suositusten vaikuttavuutta lisäsi se, jos niitä antoi useampi. Esimerkiksi nettiyhteisöissä tai -foorumeilla suositeltuihin lukemisen kohteisiin saatettiin tarttua, vaikka suosittelijat eivät kuuluneet varsinaiseen ystäväpiiriin, mikäli suosittelijoita oli lukuisia. Myös kirjallisuuden valinnoissa kaverien merkitys oli ratkaiseva, vaikka kirjallisuusarviot mainittiin oikeastaan ainoina ulkoapäin saatuina suosituksina, joilla saattoi olla vaikutusta lukemisen valintoihin. Diginatiivit näyttäisivät tutkimuksemme perusteella tukeutuvan lukemisvalinnoissaan enemmän nettiyhteisöön kuin vanhemmat mediasukupolvet, joilla kirjalliset suositukset – arvostelut, kritiikit, esittelyt – painavat myös vaakakupissa kun luettavaa valikoidaan.

Sattumalla on netin lukemisvalinnoissa suuri rooli. Netinkäytöstä osa on sattumanvaraista selailua, tarkoituksellista seikkailua tai eksymistä linkkien viidakkoon. Lukemisen polut saattavat tällaisessa netinkäytössä muodostua melkein minkälaisiksi tahansa. Toki sat-

tumanvaraista selailuakin määrittää painottuminen kiinnostuksen kohteisiin, eikä tällainen lukeminen ole yleensä kovin keskittynyttä vaan pikemmin hajamielistä silmäilyä (vrt. Ekholm & Repo 2010, 100). Kun informaatiovirrasta sitten erottuu jotain lukijaa erityisesti kiinnostavaa, saattaa silmäily (*viewing*) muuttua keskittyneemmäksi lukemiseksi (*reading*) tai viestinnäksi (*communication*) muiden kanssa.

Kaikkiaan tutkimuksemme aineisto tukee ajatusta epäsuoran markkinoinnin voimasta. Suora, päälleikävyä markkinointi ei tunnu vetoavan nettisukupolven lukijoihin, jotka haluavat kokea itsenäisyyttä lukemisvalinnoissaan. Sama havainto tehtiin myös kanadalaisessa tutkimuksessa, jonka mukaan opiskelijat mieluummin valitsevat luettavansa itse kuin noudattava esimerkiksi oppilaitoksensa edustajien neuvoja (Parlette & Howard 2010). Ongelma on se, että tekstien pitää erottua valtavassa mediatarjonnassa, jotta ne voidaan itse löytää. Mikäli luettavat tekstit saavat julkisuutta, niiden näkyvyys myös vertaisverkoissa lisääntyy ja tekstien leviämisen todennäköisyys kasvaa. Parhaiten tekstit leviävät, jos ne miellyttävät lukemisyhteisöjen mielipidevaikuttajia tai saavat muuten yhteisöissä laajaa kannatusta. Erityisesti Facebookista on muodostunut nykypäivän puskaradio, jonka merkitys lukemisen kohteiden leviämisessä on suuri. Toisaalta yritykset ja markkinoijat ovat myös oivaltaneet tämän ja tulleet mukaan Facebookiin, mikä puolestaan herättää joissain netin käyttäjäryhmissä epäluuloa.

Mediankäytön ja lukemisen rutiinit

No tietenki, miten nettiä käyttää ni onhan se silmäily. Sit sanomalehdet mä kumminki silmäillen silleen, koska sehän perustuu siihen, et silmäilläään läpi ja sit tartutaan aina johonki. Riippuu niin vahvasti siitä

mediasta, et mitä käyttää, et miten tulee keskitytty.
(Teemahaastateltava, mies 21 v.)

... jos mä luen kirjaa, ni mä luen sillai et mä keskityn, mut sitte jotain lehtiä voin lukee sillee vähän silmäillen, et kattoo etten lue kokonaan juttuu ja vähän sillee selailen.
(Teemahaastateltava, nainen 23 v.)

Median kulutus jaetaan usein aktiiviseen ja passiiviseen käyttöön. Aktiivisessa käytössä korostuvat kuluttajan omat valinnat, päämäärähakuisuus, vuorovaikutus ja jopa kuluttajan itse tuottama materiaali. Siirtyminen tietokoneiden ja internetin maailmaan lisää selvästi tällaista aktiivisuutta. Esimerkiksi meidän kyselyymme vastanneista yli kaksi kolmasosaa kertoi käyttävänsä mediaa päivittäin aktiivisesti yli kaksi tuntia. Yhtä moni kertoi käyttävänsä tietokonetta yhdestä neljään tuntia päivässä. Suuri osa nuorten aikuisten itse arvioimasta mediankäytöstä on siten tietokoneen ja erityisesti internetin käyttöä, vaikka myös painotuotteiden lukeminen miellettiin osittain aktiiviseksi toiminnaksi. Sen sijaan television katselu sekä radion ja musiikin kuuntelu liitettiin yleisesti passiiviseen mediankäyttöön.

Internetin käytössä korostuu viestintä ja yhteyksien rakentaminen vertaisverkoissa. Merkittävä osa nettiin liittyvästä lukemisesta on henkilökohtaisten ja yhteisöihin liittyvien viestien lukemista, vastaamista ja kirjoittamista. Esimerkiksi kanadalaistutkimukseen osallistuneet nuoret lukivat internetistä eniten blogeja, verkkouutisia, Facebook-kirjoituksia, nettisarjakuvia ja huumorisivustoja (Parlette & Howard 2010). Sisältöjen lukemista netissä kuvailtiin usein myös meidän tutkimuksemme aineistoissa selailuksi ja silmäilyksi, jossa korostuvat nopeus ja lyhyet tekstimuodot. Toisaalta monissa tutkimuksissa – omamme mukaan lukien – on todettu, että myös painettuja lehtiä saatetaan lukea pintapuolisesti silmäillen ja että internetin tekstit saattavat vastaavasti tarjota nettisukupolvelle pitkäjänteisiä ja syviä

lukukokemuksia, jotka vaativat keskittymistä ja aikaa. Erityisesti jotkut digitaaliset pelit ovat niin vaativia tekstimuotoja, että niiden läpikäyminen edellyttää viikkojen syventymistä pelin maailmaan. Tutkimuksemme perusteella pelaamista haluttiin kontrolloida ennen muuta siksi, että aikaa jäisi muuhun lukemiseen ja mediankäyttöön. Haastateltavat korostivat myös, että blogit, nettipäiväkirjat ja fanifiktiot saattavat koostua pitkistä teksteistä, jotka edellyttävät paneutumista ja keskittynyttä lukemista. Vaikka yleisesti ottaen yleisimmäksi netin käytettäväksi kuvattiin viihteellistä käyttöä, parhaimmillaan netti toimii myös tiedon syventämisen ja alkuperäisille juurille pääsemisen lähteenä.

Tutkimuksemme tukee ajatusta mediasukupolvista. Nuoremmat tutkimukseen osallistuneet olivat selvästi enemmän sinut netin tekstimuotojen kanssa kuin vanhemmat, joista jotkut – esimerkiksi kirjojen lukupiirin jäsenet – kertoivat tulostavansa pidemmät tekstit, jos aikoivat niitä lukea. Ikään tai tietotekniseen innostukseen katsomatta kaikki tutkimukseen osallistuneet arvostivat kuitenkin edelleen paperille painettuja julkaisuja, joiden lukemiskokemusta pidettiin yleisesti miellyttävänä ja syvällisempänä kuin verkkojulkaisujen lukemista. Erityisesti kirja nautti haastattelujemme perusteella laajaa arvostusta keskittyneen, itselle tärkeän lukemisen kohteena. Vaikka monissa tulevaisuudenskenaarioissa painotuotteiden tulevaisuus nähdään heikkona, niiden arvostus on Suomessa edelleen suurta.

Toinen asia on sitten se, kuinka arvostus ja arkinen mediankäyttö kohtaavat. Esimerkiksi tutkimuksemme mediapäiväkirjoista piirtyy kuva nuorten aikuisten mediankäytöstä monikanavaisena simultaanikäyttönä, jossa eri mediat ja sovellukset ovat samanaikaisesti auki. Painotuotteilla on mediankäytössä merkittävä rooli, mutta tuo rooli ei tuntunut aivan vastaavan painotuotteiden eri kommentaareissa nauttimaa arvostusta. Koska tutkimukseen osallistui pääosin opiskelevia nuoria aikuisia, heidän mediankäyttönsä oli melko aikariippumatonta. Opiskelu mahdollisti arjen, työn ja vapaa-ajan rajojen hämärtyamisen myös mediankäytön osalta.

Sanotusta huolimatta nuorten aikuisten mediankäytössä on paljon totuttuja tapoja, joita voi nimittää mediankäyttörutiineiksi. Monet näistä rutiineista periytyvät lapsuudenkodista, kuten media-päiväkirjojen ja haastattelujen perusteella edelleen varsin suosittu sanomalehden lukeminen aamuisin. Tällainen mediankäyttö on myös ritualistista: se liittyy nuoret aikuiset jaettuihin perinteisiin ja kuviteltuun kansalliseen uutisyhteisöön (ks. Sumiala 2010). Myös television ja erityisesti DVD:n katsomisessa on vahva ritualistinen ulottuvuus, mikä liittyy taas ennemminkin pienempiin perheen ja ystäväpiirien yhteisöihin ja niiden kanssa viihtymiseen kuin kansakunnan rakentumiseen tiedonvälityksen kansallisena yleisönä. Tv-sarjoja ja elokuvia katsotaan yhdessä kavereiden tai perheen kanssa erityisesti vapaa-ajalla.

Lukemisen tavoin mediankäyttörutiinit vaihtelevat elämäntilanteen ja sukupolven mukana. NextMedia-hankkeen tutkimuksessa havaittiin, että pienten lasten vanhempien mediankäyttö tapahtui paljolti lasten ehdoilla: mediaa kulutettiin yhdessä lasten kanssa, käytettiin osana lastenhoitoa ja myös perheyhteisön vahvistamisessa. Lasten kanssa luettiin kirjoja, katsottiin tv-ohjelmia ja lapset saatiin rauhoittumaan tutun DVD:n avulla. Puolisot ja sukulaiset välittivät toisilleen kuvia lasten touhuiluista kännykkäkameroiden ja netin avulla. Kun lapset ruokailivat tai nukkuivat, löysivät vanhemmat aikaa omalle mediankäytölle, joka oli usein lyhytjännitteistä ja katkonaista sosiaalisen median tai netin käyttöä kotitöiden ohessa tai rauhoittumista television ääressä myöhään illalla. Ikäihmisten mediarutiinit kulkivat paljon rauhallisempia ja perinteisempiä latuja: aamulla luettiin lehti, illalla kuunneltiin radiota, katsottiin televisiota ja luettiin kirjoja. Molemmilla ikäryhmillä media muodosti kuitenkin yhteisen puheenaiheen ja sosiaalisten verkostojen rakentamisen välineen. Vanhemmat sukupolvet vain käyttivät esimerkiksi kuvien katsomiseen ja jakelemiseen eri välineitä kuin nuoret aikuiset, jotka olivat tottuneet käyttämään uusia digitaalisen verkkoteknologian laitteita ja sovelluksia. (Kankainen ym. 2010.)

Mediankäytön rutiinit nousivat meidän tutkimuksessamme esiin ennen muuta netin yhteydessä, joka useimmilla mediapäiväkirjan pitäjillä ja myös haastateltavilla seurasi päivittäin samoja polkuja. Tämä on ymmärrettävää, koska nuorille aikuisille netistä oli muodostunut tärkein media. Tutkittavilla oli tietty sovellusten ja palvelujen joukko, joka käytiin läpi monta kertaa päivässä. Nettirutiiniin kuului erityisesti sähköpostin ja Facebookin tarkistaminen sekä tuttujen mediasivustojen, esimerkiksi verkkolehtien, seuraaminen. Monilla oli myös säännöllisesti seurattavia blogeja tai keskustelufoorumeita. Harrastaja- tai faniyhteisöihin kuuluvat osallistuivat säännöllisesti yhteisöjensä foorumeille. Nettirutiini saattoi toistua samassa järjestyksessä, mutta netin linkkiavaruus toi siihen myös yllätyksiä ja vaihtelua, kun tutkittavat ajautuivat linkkien perässä uusiin sisältöihin.

Eri mediamuodot liittyvät erilaisiin yhteisöllisyyden muotoihin. Television katselun tapainen passiivinen mediankäyttö liittyy ennen muuta kuviteltuihin yhteisöihin, kuten kansakuntaan tai erilaisiin kuluttajaporukoihin. Passiivisessa mediankäytössä on kyse pääasiassa kulttuurisista mauista, arvoista ja niiden jakamisesta jonkin kuvitellun porukan kanssa (vrt. Liikkanen 2009). Aktiivinen mediankäyttö kytkee meidät puolestaan kommunikatiivisiin yhteisöihin, kuten perheeseen, ystäväpiiriin tai harrastaja- tai faniyhteisöön. Niissä vuorovaikutus, yhteisöllisyyden aktiivinen rakentaminen ja mielipiteenvaihto ovat keskeisessä osassa. Kaikilla näillä yhteisöllisyyden muodoilla on merkitystä itseymmärryksen ja identiteettien rakentamisen kannalta (vrt. Fornäs 1999; Matikainen 2008). Niillä on myös rituaalisia, yhteisöjen perinteiden ja koheesion ylläpitämiseen liittyviä tehtäviä.

Oman materiaalin tuotanto tekstikäytäntönä

No Wikipedia on kuitenkin useiden asioiden kohdalla, kyllähän siellä on niitä, nykysellään aika paljon niitä lukittuja artikkeleja, mitä ei enää anneta muokata. Että jos sä haet jotain fysikaalisia faktoja taikka historiallisia tapahtumia, niin ne yleensä on kohtalaisen luotettavasti siellä. Ei tietenkään täysin aina, mutta että mitä oudommaks menee asia mitä haet, niin sitä vähemmän luotettavaks se tekee kans.
(Fokusryhmähaastateltava, mies 22 v.)

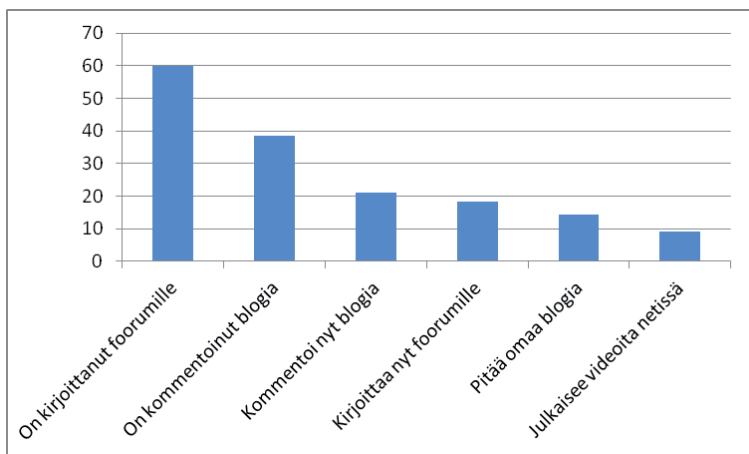
Kirjan alussa kuvattu sosiokulttuurinen lukutaitokäsitys korostaa perinteisen lukemisen lisäksi muita tekstikäytäntöjä ja merkitysten aktiivista kierrättämistä. Internetin aikana monet tuottavatkin jonkinlaisia sisältöjä myös itse. Suosituimpia netinkäytön muotoja on jo pitkään ollut sähköposti. Myös keskustelufoorumeilla ja YouTuben kaltaisilla videoidenjakosivustoilla riittää käyttäjiä – samoin Facebookissa ja muissa yhteisöpalveluissa, joihin käyttäjät usein tekevät päivityksiä. On kuitenkin epäselvää, missä määrin tällainen tekstituotanto rinnastuu perinteiseen viestintään ja missä määrin se on varsinaista sisältöjen tuottamista muille median kuluttajille.

Monien selvitysten mukaan suuri osa internetin käytöstä on passiivista valmiiden sisältöjen etsimistä ja lukemista tai henkilöviestintää sähköpostien, keskusteluohjelmien ja yhteisösivustojen välityksellä. Varsinaista muille avointa uutta sisältöä nettiin tuottavien henkilöiden määrä on lopulta melko pieni, ja valtaosan internetin levittämästä materiaalista ovat tuottaneet joko mediatalojen ja muiden organisaatioiden ammattilaiset tai harvalukuinen aktiiviharrastajien joukko. On puhuttu yhden prosentin säännöstä, jonka mukaan yksi prosentti netin käyttäjistä tuottaa merkittävimmän osan muiden kuluttamasta sisällöstä, vajaa kymmenen prosenttia kommentoi tai muokkaa tuota

materiaalia ja loput 90 prosenttia seuraa passiivisesti sivusta (ks. van Dijck 2009; Matikainen 2011a, 22–23; Ridell 2011, 41).

Vastaava painotus tuli ilmi myös meidän tutkimukssamme, jossa valtaosa ei tunnistanut tekevänsä varsinaisia omia sisältöjä julkiseen levitykseen. Tutkimukseemme osallistuneet olivat kuitenkin keskimääräistä aktiivisempia oman materiaalin tuottajia. Esimerkiksi vuotta aiemmin toteutetussa kansallisessa tieto- ja viestintätekniikan käyttöä Suomessa selvittäneessä tutkimuksessa blogien aktiivinen käyttö oli harvinaisempaa kuin meidän aineistossamme (Tieto- ja viestintätekniikan käyttö 2010). Sanottu voi selittyä sillä, että sosiaalisen median aktiviteetit saavat jatkuvasti lisää toimijoita ja vuoden aikana oli tapahtunut lisäystä. Suurempi selittäjä lienee kuitenkin meidän tutkimuksemme otos, joka koostui paljolti humanististen ja yhteiskuntatieteellisten aineiden korkeakouluopiskelijoista. Monille heistä kirjoittaminen ja tekstien julkaiseminen oli tavallista luontevampaa ja myös osa opiskelua ja tulevaa ammattia.

Kaikkein ahkerimpia blogikirjoittajia vastaajista olivat juuri viestinnän ja media-alan opiskelijat. Myös tietojenkäsittelyopin opiskelijat olivat ahkeria blogikirjoittajia, mutta vielä aktiivisemmin he osallistuivat keskustelufoorumeilla. Tietotekniikan opiskelijat seurasivat aktiivisesti netin keskusteluja, mutta eivät itse tuottaneet materiaalia kuin suljetuille foorumeille. He olivat näin ollen muita tarkempia omasta yksityisyydestään. Erilaiset tietotekniikkaan ja ohjelmistoihin liittyvät avoimet ja suljetut foorumit ovat yleisiä netissä. Edellä sanottu voi myös selittää sitä, että kyselymme perusteella nuoret naiset suuntautuivat hieman miehiä enemmän blogeihin. Tekniikasta kiinnostuneet miehet puolestaan olivat vähän aktiivisempia keskustelufoorumien osallistujia



Kuvio 3.4 Oma tuotanto sosiaalisessa mediassa (prosenttia vastaajista N=323)

Yleisin oman tekstituotannon muoto sosiaalisessa mediassa oli keskustelufoorumille kirjoittaminen. Lähes kaksi kolmesta kyselyyn vastanneesta oli joskus kirjoittanut foorumille. Kyselystä ei kuitenkaan käynyt ilmi, kuinka aktiivista tai syvällistä kirjoittaminen oli ollut. Vajaa viidesosa vastaajista kertoi kirjoittavansa foorumeille kyselyn toteutusaikana. Blogien lukijoita oli yhtä paljon kuin foorumeille kirjoittaneita, mutta kysymyksestä riippuen 15–20 prosenttia kertoi kirjoittaneensa blogia. Kyselyn ajankohtana blogia paljasti kirjoittavansa 14 prosenttia vastaajista eli 46 vastaajaa, mikä on itse asiassa paljon. Blogien suosio liittyy vastaajien opiskelijataustoihin. Videoita vastaajista tuotti julkaistavaksi vajaa kymmenes, ja suuri osa heistä kertoi käyttävänsä YouTubea tai muita videoiden jakamiseen tarkoitettuja palveluja.

Blogin kirjoittamisesta kertovissa vastauksissa tuli esiin blogien moninaisuus. Osassa vastauksista blogi mainittiin erittelemättä aihepiiriä, mutta aika monissa vastauksista blogi toimi kaveripiirin yhteydenpidon välineenä. Kolmas yleinen muoto oli blogi, joka keskittyi johonkin aiheeseen. Yleisimpiä tällaisia aiheita olivat lifestyle-blogi,

reissublogi ja käsityöblogi. Edellä mainittujen lisäksi vastauksissa mainittiin leivontablogi, koirablogi, käsityöblogi, elokuvablogi ja junamatkailublogi. Blogeja käytettiin siten ennen muuta viestintään kavereiden kesken ja harrastusten tai muiden kiinnostuksen kohteiden julkiseen käsittelyyn.

Tutkimuksemme avovastauksissa mainitut oman tekstituo-
tan-
non muodot voidaan jaotella yhdeksään eri luokkaan, jotka liene-
vät muutenkin yleisiä sosiaalisen median osallistumisen muotoja:
keskustelufoorumeihin, blogeihin, Facebookiin, valokuvaukseen
ja kuvien laittamiseen verkkoon, videotuotantoon, kuvataiteeseen,
käännöstöyöhön, muuhun kirjoittamiseen sekä opintoihin liittyvään si-
sältöjen tuotantoon. Suositut keskustelufoorumit liittyvät useimmiten
vastaajien omiin harrastuksiin, kuten lemmikkieläimiin, musiikkiin,
teknologiaan, elokuvaan, ekologiseen elämäntapaan, fanikulttuuriin,
nukkeihin tai peleihin.

Sari Östmanin (2009, 191) mukaan yhä useammat haluavat
kertoa elämästään, julkaista tuottamaansa materiaalia ja keskustella
verkossa vertaisryhmissä. Monet eri harrastukset ovat nykypäivänä
siirtyneet myös verkon yhteisöiksi. Esimerkiksi koiraharrastajat, kä-
sityöihmiset ja roolipelaajat kertoivat kyselyn vastauksissa osallistu-
vansa harrastukseensa liittyviin verkkoyhteisöihin keskustelemalla,
kirjoittamalla tai laittamalla harrastukseen liittyviä kuvia, tekstejä ja
joskus jopa videoita nettiin.

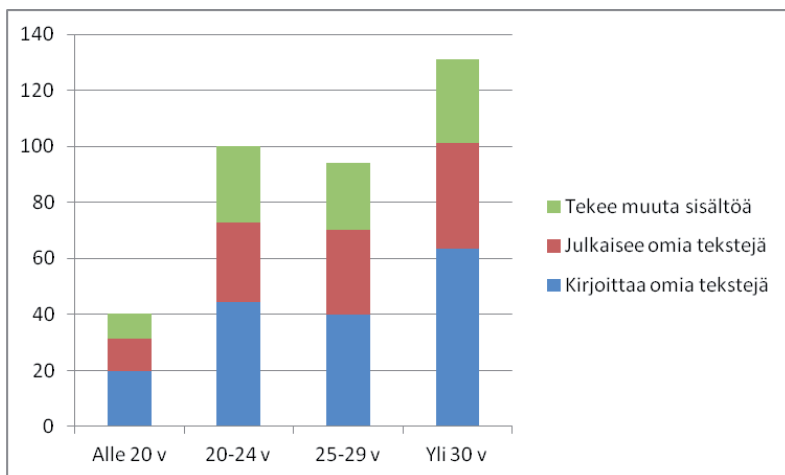
Moni tutkimuksemme osallistunut mielsi myös Facebookissa
jakamansa sisällön omaksi mediantuotannoksi. Facebookin sisällön-
tuotanto oli enimmäkseen valokuvien jakamista ja sinne tuotettuja
lyhyitä tekstejä (tilapäivitykset, kommentit, muistiinpanot). Valo-
kuvaus, kuvien käsittely ja julkaiseminen verkossa muuallakin kuin
Facebookissa oli ylipäätään tutkimuksemme mukaan melko suosittu
harrastus. Jotkut julkaisivat kuvia vain ystäville, toiset taas maail-
manlaajuisesti. Valokuvauksen ohella lähes yhtä suosittu harrastus
oli musiikin säveltäminen ja soittaminen, mihin voi myös liittyä
omien kappaleiden tai demojen julkaisemista verkkopalveluissa, kuten

MySpace, YouTube, Hitlantis ja Mikseri.net. Myös musiikin alakulttuureissa toimiminen, nettiradion ylläpito ja podcastien tekeminen mainittiin vastauksissa omana tuotantona.

Videotuotanto ja graafinen taide olivat valokuvausta ja musiikin tekemistä hieman harvinaisempia oman sisällöntuotannon muotoja. Videotuotanto voi olla lyhytelokuvia, YouTube-videoita, mediataidetta tai musiikkivideoiden tekemistä. Osa videon tekijöistä ei yksilöinyt, minkälaisia videoita he tekivät. Graafinen taide voi sisältää omien piirrosten laittamista verkkoon (esimerkiksi DeviantArtiin) tai grafiikan tekemistä tietokoneella. Näiden tuotannon tapojen lisäksi mainintoja saivat myös opiskeluun liittyvä sisältöjen tuotanto (toimittaminen, juttujen kirjoittaminen, elokuva- ja televisioalan työt) sekä käännöstyöt, kuten haastattelujen, keikkaraporttien ja verkkosivujen kääntäminen.

Tutkimuksessamme esiin noussut oma sisällöntuotanto ei selity pelkästään vastaajien opiskelutaustalla, vaan kyse on myös kiinnostuksen kohteista ja uudenlaisesta mediasuhteesta. Reilusti yli kolmasosa vastaajista kertoi muun muassa kirjoittavansa opiskeluun liittymätömiä tekstejä. Nämä tekstit olivat proosaa tai fiktiota, päiväkirjoja, runoja, laulujen sanoituksia, blogitekstejä sekä journalistisia tuotoksia. Sen sijaan enää viidesosa paljasti julkaisevansa näitä tekstejä. Nuoret aikuiset siis kirjoittavat monenlaisia tekstejä, mutta vain osa tuotannosta on tarkoitettu julkiseksi.

Kyselyymme vastanneet nuoret aikuiset suosivat avoimia foorumeja ja blogeja huomattavasti suljettuja verkkoyhteisöjä enemmän, eikä heistä kuulunut blogirinkiin kuin pieni joukko. Suosio ei tietenkään kerro mitään osallistumisen intensiteetistä. Voi olla, että juuri harvat suljettuihin yhteisöihin osallistuvat ovat aktiivisimpia, tuottavat eniten omaa materiaalia ja viettävät eniten aikaa noiden yhteisöjen parissa. Suljetun yhteisön koheesio voi olla huomattavasti avoimia suurempi.



Kuvio 3.5 Eri-ikäiset oman tuotannon tekijöinä (osuus ikäryhmän vastaajista)

Ikä erotti vastaajia siten, että alle 20-vuotiaat lukiolaiset tuottivat itse selkeästi vähemmän materiaalia kuin heitä vanhemmat opiskelijat, vaikka nuoremmat olivat muuten lähes kaikkien mediasisältöjen suurkuluttajia. Vähiten omaa materiaalia nettiin tuottivat television suurkuluttajat. Aktiivisimmat oman materiaalin tuottajat olivat television kohtuukäyttäjät. Eniten televisiota seurasivat kyselyymme osallistuneista nuorista aikuisista juuri alle 20-vuotiaat lukiolaiset. Nuoruus ei siis tarkoita väistämättä aktiivista mediasuhdetta oman tuotannon mielessä. Tässä suhteessa aktiivisimpia nuoria aikuisia mediakäyttäjät olivat pikemminkin vanhemmat opiskelijat, joille oman materiaalin tuottaminen on tuttua pidemmältä ajalta sekä opinnoista että harrastuksista ja kaveriporukoista (vrt. Valaskivi 2008, 131).

Kaikenlainen oma tuotanto tai julkaiseminen lisääntyi jatkuvasti iän karttuessa. Esimerkiksi sukupuoli ei ollut lainkaan vastaava erotteleva tekijä. Sen sijaan opiskelualalla oli merkitystä. Viestinnän ja media-alan opiskelijat olivat aktiivisimpia sisällön tuottajia – liittyhän se heidän ammattiinsa. Myös tietotekniikkaan liittyvien alojen

opiskelijat tuottivat runsaasti omaa materiaalia ja osallistuivat erilaisiin sosiaalisen median verkostoihin, mutta heidän oma tuotantonsa ei välttämättä ollut perinteistä sisällön tuotantoa muille vaan pikemminkin osallistumista tietotekniikkaan liittyviin kehitysprojekteihin, keskusteluihin ja yhteisöihin.

Kansallisten selvitysten perusteella tällainen aktiivisuus kuitenkin vähenee, kun siirrytään vanhimpiin mediasukupolviin. Ikäihmiset eivät yksinkertaisesti ole vielä yhtä sinut uuden verkkoviestintäympäristön ja siihen liittyvien sovellusten kanssa kuin nuoremmat mediasukupolvet (ks. Tieto- ja viestintätekniikan käyttö 2010; Kankainen ym. 2010). He suosivat myös muista syistä kasvokkaista kanssakäymistä. On todennäköistä, että oman tuotannon määrä vanhemmissa ikäryhmissä kasvaa sitä mukaa kuin nykyiset nettisukupolven edustajat varttuvat ja tuovat omat mediankäyttötapansa arkeen myös senioreina.

4. LUKEMISEN YHTEISÖLLISYYS

*Mun kaveripiirissä ei oikeestaan oo ollu hirveesti
aktiivisia kirjastokäyttäjiä muita sitten ku mä itse.
Et se on ollu mun yksityinen oma outo juttu sitten.
(Teemahaastateltava, nainen 21 v.)*

Mediaympäristön muutoksista huolimatta lukeminen mielletään edelleen laajalti perinteisellä tavalla yksilön kognitiiviseksi kyvyksi ymmärtää ja tulkita luettavia tekstejä, erityisesti painotuotteita. Kun ihminen kertoo lukevansa jotain, hänellä on tavallisesti kädessään kirja tai lehti. Myös meidän tutkimuksessamme lukeminen näyttäytyi edelleen pitkälle yksityisenä kokemuksena, lukijan omana juttuna. Kirjan alussa avattu sosiokulttuurinen lukutaitokäsitys on siten usein enemmän teoreettinen ja tutkimuksellinen näkökulma kuin lukijoiden itsensä tuottama näkemys lukemisesta. Ihmiset eivät itse välttämättä miellä lukemiseksi esimerkiksi sosiaalisen median tekstikäytäntöjä, joissa on kyse toisten kanssa viestimisestä, mielipiteiden vaihdosta ja yhdessä olemisesta – omien sisältöjen tekemisestä ja jakamisesta puhumattakaan.

Vaikka kirjojen ja muiden painotuotteiden lukemista pidetään helposti yksityisenä kokemuksena, niidenkin lukemiseen liittyy usein monia sosiaalisia ulottuvuuksia (ks. Radway 1984; Pagliassotti 2008). Lukemisesta ja luettavasta keskustellaan usein muiden kanssa aivan samalla tavoin kuin tv-ohjelmat tai iltapäivälehtien lööpit ovat tyyppillistä ”sosiaalista sementtiä” työpaikkojen kahvituvissa ja oppilaitosten ruokaloissa. Lukukokemus halutaan jakaa ja sitä halutaan verrata toisten kokemuksiin. Lukemisen kohteet myös valikoituvat monesti toisten antamien suositusten perusteella. Verkkoyhteisöillä ja medially on näissä suosituksissa oma roolinsa, mutta aineistojemme perusteella kasvokkaiset keskustelut ystävien ja sukulaisten kanssa ovat edelleen ainakin kirjojen lukemiskokemusten ja -kohteiden käsitteilyssä huomattavan paljon mediavälitteisiä kontakteja tärkeitä. Erityisesti tämä näyttäisi korostuvan vanhempien ja painettuihin kirjoihin keskittyvien lukijoiden keskuudessa. Diginatiivit keskustelevat lukemisesta enemmän erilaisilla verkkofoorumeilla ja heillä lukeminen sekoittuu yhä useammin myös jonkinasteisesti omaan tekstituotantoon.

Kasvokirjan näyteikkuna

... netinkäyttö on tosi sellasta, et mä voin niinku pöhy pyyhkiessä pyyhkii yhdest huoneest ja sitte ohi kulkiessa kattoo Facebookin ja sit viel jatkaa pyyhkimistä, et se on aika huomaamatonta. Silleen ohikulkiessa vaan vähän vilkasee...

(Teemahaastateltava, nainen 25 v.)

... aluks siin [Facebookissa] oli tosi vahvasti myös sellane stalkkaus-efekti, et oli sillee mitä kaikkee ihmiset jakaakaan itsestään. Mut nykyisin sitä ei kyl

*tuu tehtyä. Emmättiie, onks se kokenu inflaation,
koska se on niin niinku saavutettavissa, ja sit taas
toisaalt ihmiset on ehkä hoksannu, miten paljo sit
voi rajottaa kuitenkin sitä informaation jakamista.
(Teemahaastateltava, nainen 25 v.)*

Kun lukeminen laajennetaan kattamaan internetin ja sosiaalisen median tekstikäytännöt, lukemisen yhteisölliset puolet luonnollisesti korostuvat. Facebook on 2010-luvun alussa nuorten aikuisten ehdottomasti suosituin sosiaalisen median sovellus (Tieto- ja viestintätekniikan käyttö Suomessa 2010), joten periaatteessa ”kasvokirjaa” luetaan eniten. Monille tutkimukseemme osallistuneille se oli ainoa yhteisöpalvelu tai verkkoyhteisö, jossa he olivat mukana. Monesti Facebook toimii yhteydenpitokanavana jo entuudestaan tuttuihin ihmisiin, kuten ystäviin, sukulaisiin tai perheenjäseniin, eikä sen kautta niinkään hankita uusia ystäviä (vrt. Ridell 2011, 70). Tällä tavoin Facebook ikään kuin valjastetaan olemassa olevan yhteisön palvelukseen ja se on korvannut osittain aiempia viestinnän muotoja, kuten sähköpostia ja puhelinta.

Aika usein Facebookissa on kuitenkin kavereina muitakin kuin läheisiä ystäviä tai sukulaisia. Monilla Facebookin kaveripiiri on niin laaja, että siihen mahtuu hyvän päivän tuttuja ja jopa ihmisiä, joita ei tunneta muista yhteyksistä. Facebookia kuvattiinkin aineistoissamme näyteikkunaksi, jonka kautta esittäydytään muille. Itsestä Facebookiin tuotettua kuvaa ei välttämättä kuitenkaan pidetty totuudenmukaisena vaan pikemminkin jonkinlaisena ihannekuvana. Tästä johtuen Facebookin yhteisöllisyyteen suhtauduttiin hiukan ristiriitaisesti. Harva tutkimukseen osallistunut halusi varauksettomasti paljastaa itsensä Facebook-yhteisölle. Omaa yksityisyyttä vaalittiin, ja haastattelujen perusteella monet miettivät tarkkaan, mitä materiaalia Facebookiin laittavat.

Suurin osa tutkimukseen osallistuneista kuvaili Facebookin käyttöönsä melko passiiviseksi, lähinnä kaveripiirin kuulumisten seura-

miseksi. Facebookissa ennen muuta piipahdettiin katsomassa, mitä muille kuuluu ja onko tapahtunut jotain kiinnostavaa. Aineistoista ei käy ilmi, missä määrin tutkittavat puhuivat totta ja missä määrin he tuottivat itsestään kuvaa todellisuutta varovaisempina ja kriittisempinä sosiaalisen median käyttäjinä – mikä sekin on eräänlainen kriittisen ja tiedostavan netinkäyttäjän ihannekuva. Toisaalta tutkimukseemme osallistuivat pääasiassa korkeakoulu- ja lukio-opiskelijat, joille kriittinen suhtautuminen internetiin on opinnoista tuttua. Tulos on yhdenmukainen myös Seija Ridellin (2011) tutkimuksen kanssa, jonka perusteella suurin osa Facebookin käyttäjistä toimii yleisönä, lähinnä seurailee kaveripiirin tapahtumia, ja vain pieni osa sovelluksen käyttäjistä tuottaa itse aktiivisesti materiaalia.

Useimmat tutkimukseen osallistuneet tiedostivat kuitenkin Facebookin vaikuttavuuden tiedotuskanavana. Sen avulla on mahdollista kertoa tapahtumista tai muista asioista nopeasti ja vaivattomasti laajalle ihmisjoukolle. Facebookissa nähtiinkin samoja piirteitä kuin perinteisessä joukkoviestinnässä, jonka ei uskottu voivan kilpailla sen kanssa uutisten nopeudessa. Esimerkiksi tieto Michael Jacksonin kuoleman kaltaisista tapahtumista levisi Facebookissa kulovalkean tavoin ennen kuin perinteinen media tavoitti nuoret aikuiset.

Facebookin osallistavuus perustuukin paljon sen tiedonvälitykselliseen ulottuvuuteen, jonka avulla on mahdollista mobilisoida yllättäviä ja laajoja kansanliikkeitä. Tämä on näkynyt 2010-luvulla esimerkiksi Pohjois-Afrikan arabivaltioiden vallankumouksissa ja Barack Obaman tai Pekka Haaviston menestyksessä presidentinvaalikampanjoissa (vrt. Jenkins 2008). Tosin näissäkin yhteyksissä on vaikea osoittaa selvästi, mikä sosiaalisen median vaikutus lopulta on ollut poliittisessa toiminnassa tai tapahtumien kulussa – vastaavalla tavalla kuin median vaikutuksia ylipäätään on hankala yksiselitteisesti selvittää ja erotella muista vaikutuksista (ks. Herkman 2001, 170–180). Esimerkiksi Ridellin (2011, 229) tutkimuksen perusteella Facebook on nimenomaan muille näkymisen ja muiden näkemisen julkinen tila, ei niinkään yhteiskunnallisen toiminnan areena tai moottori.

Tiedonvälityksellisestä ulottuvuudesta huolimatta Facebookia pidettiin myös meidän tutkimukssamme pääasiassa viihtymisen ja henkilöviestinnän välineenä. Haastateltavien mielestä suuri osa Facebookissa leviävästä materiaalista oli turhaa tai merkityksetöntä. Tämänkään tutkimuksen perusteella Facebook ei näyttäytynyt minään osallistumisen kulttuurin (esim. Jenkins 2008) lippulaivana, vaan suurin osa Facebookin käyttäjistä oli mahdollista luokitella sosiaalisen median sivustaseuraajiksi (vrt. Kangas ym. 2008). Yhteisöllisyyden muotona Facebookia voi tutkimuksemme perusteella luonnehtia narikkayhteisöksi, jossa sosiaaliset siteet ovat melko heikkoja ja jossa yhteisölle näyttäytyminen on tärkeimmässä roolissa (ks. Bauman 2002, 49).

Facebookissa ei myöskään tutkimuksemme perusteella kukoista toinen sosiaalisen median yhteydessä toistettu kollektiivisen tiedon-tuotannon muoto: ”joukkoäly” (ks. Jenkins 2008). Yhdessä asioiden ratkaiseminen toteutui haastattelujen mukaan ennen muuta tapauksissa, joissa verkkoyhteisölle esitettiin johonkin ongelmaan liittyvä konkreettinen kysymys. Mistä voi vaikkapa hankkia tietyn vaateen, kuinka tekstinkäsittelyohjelman kielitarkastus toimii tai miten lapsenhoidon voi parhaiten järjestää jollain paikkakunnalla? Kun mahdollisia vastaajia on monta, toimiva ratkaisukin löytyy todennäköisesti melko nopeasti. Parhaiten Facebook toimi aineistomme perusteella sen itsensä käyttöön liittyvien kysymysten ratkaisemisessa. Ylipäätään sosiaalisen median yhteisöt ovat erinomaisia tiedon lähteitä tietotekniikkaan ja verkkosovelluksiin liittyvissä kysymyksissä. Wiki-tyyppinen yhdessä tekeminen on kuitenkin huomattavasti harvinaisempi aktiviteetti myös nettisukupolven keskuudessa kuin valmiin materiaalin seuraaminen tai muiden kanssa viestiminen. Internet ei tee kaikista automaattisesti aktiivisia osallistujia saati omien sisältöjen tuottajia tai jakajia. Tässä mielessä mediasukupolvien väliset erot eivät välttämättä ole valtavia: vaikka nuoremmat sukupolvet olisivat vanhempia aktiivisemmin mukana uusissa verkkopalveluissa ja -yhteisöissä, on syytä kysyä, minkä tyyppistä aktiivisuutta he ne-

tissä harjoittavat. Eroaako sosiaalinen osallistuminen lopulta jollain ratkaisevalla tavalla aiemmista sosiaalisen osallistumisen muodoista, jos se toteutuu uuden teknologian avulla?

Muut verkkoyhteisöjen muodot

Illalla kotiin päästyäni luin suosikeissani olevia lempiblogejani. Lukaisen mielenkiintoisimmat blogit yleensä kerran tai pari päivässä läpi uusien postausten varalta. En koskaan kommentoi blogikirjoituksia, vaikka kirjoitukset olisivatkin mielenkiintoisia.
(Mediapäiväkirjan pitäjä, nainen 23 v.)

Wiki-pohjaisten sovellusten käyttö herättää tutkimuksemme perusteella nuorissa aikuisissa ristiriitaisia tunteita. Niiden käyttö on kohtuullisen yleistä, mutta harva osallistuu Wikeihin materiaalin tuottajana. Myös esimerkiksi Wikipedian välittämään tietoon suhtaudutaan kriittisesti. Osittain tämä saattaa heijastaa tutkittavien opiskelijataustaa: erityisesti korkeakouluissa korostetaan tieteellisesti testatun tiedon merkitystä ja varoitellaan sosiaalisen median tietomuotojen virheistä ja vinoutumista. Joissakin oppilaitoksissa Wikipedian käyttö opinnäytteiden lähteenä on jopa kielletty. Haastattelujen perusteella nuoret aikuiset käyttivät Wikipediaa kriittisesti yhtenä tietolähteenä, jonka tietojen todenperäisyyttä koeteltiin etsimällä muitakin lähteitä. Todentamatta jää, kuinka kriittistä tutkittavien tiedonhaku internetistä käytännössä tosiasiaassa on ja kuinka paljon vastauksissa toistetaan kriittisen netinkäyttäjän ihannekuva. Laadullisesta aineistosta kävi myös ilmi, että osa opiskelijoista piti tiedonhakutaitojaan puutteellisina. Oletus digiajalla kasvaneiden hyvistä tiedonhakutaidoista saattaakin osoittautua myytiksi (ks. UCL 2008; Sulkunen 2012).

Eri mediasukupolvet suosivat eri kanavia ja keinoja tiedon etsimiseen. Verkko tarjoaa erinomaisia mahdollisuuksia päästä nopeasti ja vaivattomasti tiedon lähteille. Se sopii erityisen hyvin nuorten ikäluokkien hektiseen ja jatkuvaan ärsykevirtaan tottuneeseen elämäntapaan. Voi olla, että jotkut vanhempien sukupolvien edustajat vierastavat verkkoa juuri siksi, että se tuntuu liian nopealta ja lyhytjännitteiseltä tiedon muodolta.

Facebookin ja Wikien lisäksi muita suosittuja sosiaalisen median tekstisivustoja ovat YouTube, keskustelufoorumit ja blogit. Ne olivat myös meidän tutkimukseemme osallistuneiden nuorten aikuisten eniten suosimia verkkoyhteisöjä Facebookin jälkeen. Erityisesti blogien rooli korostui aineistossamme, mikä selittyy osittain tutkittavien opiskelutaustoilla. Omaa blogia oli kirjoittanut jossakin vaiheessa elämäänsä lähes viidesosa kyselytutkimukseemme osallistuneista. Osuus on keskimääräistä suurempi (ks. Tieto- ja viestintätekniikan käyttö 2010).

Haastattelujen perusteella blogit olivat joko henkilö- tai alalähtöisiä. Henkilölähtöisistä blogeista on kuitenkin viime vuosina siirrytty enemmän alalähtöisiin blogeihin, mikä voi liittyä Facebookin leviämiseen: Facebook on ottanut blogeilta paikan henkilökohtaisesta elämästä kertomisessa. Aiemmin blogeja käytettiin paljon myös omista asioista kaveripiirille tiedottamiseen ja yhteydenpitokanavana esimerkiksi matkojen aikana.

Kaverisuhteilla on blogeissa kuitenkin edelleen suuri merkitys. Kaverit toimivat suosittelijoina, joiden kautta löydetään kiinnostavia blogeja (vrt. UCL 2008). Kaverien kirjoittamia blogeja luetaan myös mielellään, ja kaverit toimivat vastavuoroisesti omien blogien yleisönä. Vaikka tutkimukseen osallistuneista ei löytynyt yhtään varsinaiseen blogirinkiin kuuluvaa, blogin käyttö kytkeytyi edellä kuvatuilla tavoilla vahvasti kaveripiiriin. Voi jopa väittää, että monia blogeja ei lue juuri kukaan kaveripiirin ulkopuolinen ja että noita blogeja tuskin olisi edes olemassa ilman kaveripiirin yhteisöllistä vaikutusta.

Tutkimuksemme perusteella keskustelufoorumeja luetaan suurin piirtein yhtä aktiivisesti kuin blogeja, mutta niihin kirjoitetaan hiukan blogeja herkemmin kommentteja. Monet nuoret aikuiset liittivät kuitenkin erityisesti fanifoorumit nuoruuden elämänvaiheeseen, eivätkä he enää kertoneet niihin osallistuvansa. Fanifoorumien sijaan he korostivat harrastajafoorumeita, joilla samasta aiheesta kiinnostuneet kohtaavat. Fanius liitetään tällä tavoin melko perinteisesti tiettyyn elämän- ja ikävaiheeseen, jossa nuori etsii itseään ja kiinnostuksen kohteitaan yhdessä muiden samanikäisten kanssa (vrt. Jensen 1992). Fani- ja harrastajafoorumin ero voi kuitenkin olla veteen piirretty, ja eron korostaminen saattaa kieliä lähinnä nuorten aikuisten halusta tehdä pesäeroa aiempiin ikävaiheisiin painottamalla aikuismaista suhtautumista kiinnostuksen kohteisiin.

Faniuteen liitetään edelleen toisinaan fanaattisuuden kielteisiä merkityksiä, kun taas harrastamista pidetään lähtökohtaisesti myönteisenä asiana (ks. Jensen 1992; Nikunen 2005, 15–19). Fanius onkin tavallaan sukupolvikokemusta sekä yhdistävä että erottava tekijä: monilla sukupolvilla on jossain elämänvaiheessa ollut faniuteen rinnastettavia kokemuksia, mutta kun sukupolvi varttuu, nämä kokemukset jäävät ikään kuin oman sukupolvikokemuksen historiaan, ja nykyinen fanius liitetään helposti nuorempien sukupolvien ominaisuudeksi. Vanhempien mediasukupolvien edustajat saattavat silti olla hyvinkin aktiivisia joissain harrastaja- tai asiantuntijayhteisöissä, ja heillä on myös voimakas tarve käyttää media- ja viestintäteknologiaa perheen ja suvun sosiaalisessa vuorovaikutuksessa. Esimerkiksi erimuotoiset kuva-arkistot ja kuvien jakaminen on yleistä sukupolvesta riippumatta (ks. Kankainen ym. 2010). Harvemmin tällaisiin yhteisöihin kuuluvat kuitenkaan nimittävät itseään faneiksi.

Harrastajafoorumeilla samanhenkiset, samasta asiasta kiinnostuneet, kokoontuvat yhteisöksi, jota käytetään eräänlaisena identiteetin ja omien näkemysten heijastuspintana (ks. Matikainen 2008, 84–86). Harrastajafoorumeilla on usein sisäpiirinsä ja sivusta seuraajansa. Yhteisön hierarkiat voivat olla kuvitteellisia tai sitten ne perustuvat

konkreettiseen vallanjakoon, jos yhteisö on järjestäytynyt ja toimii esimerkiksi yhdistyksenä, jolla on puheenjohtaja ja muut hallintoelimet. Usein yhteisön sisäinen nokittelu toimii kuitenkin kuvitteellisenä erontekona, jonka avulla samastutaan ”meihin” ja erottaudutaan ”muista”. Tällä tavoin yhteisö tekee eroa niihin, jotka eivät kuulu yhteisöön, sekä niihin, jotka ovat yhteisön ytimessä ja niihin, jotka liittyvät siihen löyhemmin.

Haastatteluissamme nousi esimerkiksi esiin Facebookin ja muun laajan yleisön suosiman sosiaalisen median ja teknologian kriittistä arvostelua, mikä toimi joissain ryhmissä oman identiteetin rakentamisen välineenä. Nämä ryhmät mielsivät itsensä verkkoviestinnän eturintamaan ja myös arvostivat omaa kulttuurimakuaan enemmän kuin muiden. Heidän mielestään ilmiön kasvaminen laajalti suosituksi on merkki sen huonoudesta. Tässä mielessä verkon yhteisöt eivät välttämättä ole sen demokraattisempia tai vähemmän hierarkkisia kuin muutkaan yhteisöt. Osittain tämä johtuu siitä kirjan alussa todetusta tosiasiasta, että verkkoyhteisöt nivoutuvat osaksi muita yhteisön muotoja, joissa on ollut yleistä rakentaa omaa identiteettiä asettumalla vastatusten joidenkin muiden ryhmien kanssa.

Tutkittavat pohtivat paljon myös verkkoyhteisöjen ”aitoutta”. Haastateltavien mukaan yhteisön aitous liittyy ennen muuta intensiteettiin ja siihen, kuinka hyvin yhteisön jäsenet tuntevat toisensa: aktiivinen kanssakäyminen ja toisten tunteminen lisäsivät tunnetta yhteisön aitoudesta (vrt. Brint 2001). Kanssakäyminen saattaa toteutua netin avulla, mutta kasvokkaiset tapaamiset lisäävät tutkimuksemme perusteella selvästi yhteisön yhteenkuuluvuuden tunnetta. Nettiyhteisö voi olla suuri ja avoin, mutta usein kaikkein syvintä yhteisöllisyyden kokemus on suljetussa yhteisössä, joka koostuu kohtuullisen pienestä toisensa tuntevien ryhmästä. Mitä enemmän nettiyhteisössä on tuntemattomia tai puolituttuja, sitä hajanaisemmalta yhteisö pääsääntöisesti tuntuu. Reaaliaikaisuus lisää verkkoyhteisön koheesiota, mutta ei ole välttämätön edellytys yhteisöllisyyden kokemiselle. Sen

sijaan anonyymina toimiminen on tutkimuksemme mukaan kaikkein tuhoisinta yhteisön ”aitouden” kokemukselle.

Mediasukupolvien näkökulmasta näyttäisi siltä, että vanhemmat sukupolvet eivät ole läheskään yhtä valmiita hyväksymään yhteisöllisyyden virtuaalisia muotoja kuin nuoremmat sukupolvet, jotka ovat varhaisemmassa vaiheessa tottuneet erilaisiin verkkoyhteisöllisyyden muotoihin. Erityisesti diginatiiveille ero verkkoyhteisöjen ja muiden yhteisöjen välillä ei aina ole selvä, mikä johtuu kirjan alussa mainitusta seikasta, että nykyisessä arkielämässä nämä erilaiset yhteisöllisyyden muodot limittyvät ja nivoutuvat luontevasti toisiinsa. Tutkimuksemme perusteella on kuitenkin selvää, että kaikissa ikäryhmissä fyysiset tapaamiset ja ihmisten läheinen tunteminen ovat yhteisön yhteenkuuluvuuden kannalta olennaisia seikkoja.

Lukemisen muodot ja yhteisöt

Jaksan syventyä hyvin harvaan sarjaan tai elokuvaan sataprosenttisesti, vaan yleensä siinä samalla maksan laskuja verkkopankissa, luen ja lähettelen sähköposteja tai vain surffailen.

(Mediapäiväkirjan pitäjä, nainen 23 v.)

Kirjan alussa kuvatut yhteisöllisyyden historialliset muodot kerrostuvat nykyisessä lukemisessa. Suomalaista lukemista jäsentävät 2010-luvun alussa yhtä hyvin kansallisen yhteisön nationalistiset kertomukset kuin monikansallisten mediatuotantojen fragmentoituneet kohdeyleisöt ja verkkoviestinnän mahdollistamat pieniyhteisöt tai ”uusheimot”, joiden toiminta kumpuaa usein pikemminkin ruohonjuuritasolta alhaalta ylös kuin virallisista tai kaupallisista instituutioista ylhäältä alas. Yhteisön muodot mukailevat kuitenkin karkeasti mediasukupolvia.

Voi väittää, että 1930–1950-luvuilla syntynyt sanomalehtisukupolvi edustaa kansallisesti kuviteltua yhteisöä vahvemmin kuin myöhemmät mediasukupolvet. Sille sota-aika ja siitä irtautuminen ovat toimineet keskeisinä sukupolvikokemuksina, joita on käsitelty kansallisessa kirjallisuudessa ja elokuvissa. Väinö Linnan ja Kalle Päätalon kaltaisten mieskirjoittajien rakentamat kertomukset ja niiden pohjalta tehty kuvasto edustavat sille edelleen lukemisen kanonisoitua pohjaa, johon monia muita tekstimuotoja verrataan. (Ks. Eskola 2009.) Sanomalehtisukupolvelle lukeminen on ennen muuta painotuotteiden lukemista ja lukemisen yhteisöllisyys kansallis-ritualistista yhteenkuuluvuuden tunnetta – oli kyse sitten *Tuntemattoman sotilaan* romaani- tai elokuvaversiosta tai Yleisradion pääuutislähetysten katsomisesta (vrt. Hietala 1996, 34, 60, 118–127).

1960–1970-luvuilla syntynyt televisiosukupolvi edustaa kansainvälisempää ja hajanaisempaa yhteisöllisyyttä. Sen lukusuosikit liittyvät kansallisten klassikoiden lisäksi kansainväliseen populaarikirjallisuuteen – erityisesti dekkareihin. Televisiosukupolvi on monessa mielessä sanomalehtisukupolvea avoimemmin kaupallinen. Sen maut mukaillevat muuttunutta mediamaisemaa, jossa tarjonta on kasvanut ja monipuolistunut ja yleisösegmenteistä kilpaillaan erilaisilla viihteellisillä ja houkuttelevilla mediatempauksilla (ks. Herkman 2011, 138–146). Televisiosukupolven lukutottumuksissa on kuitenkin paljon edellisten sukupolvien perimää: se keskittyy perinteisen median tarjontaan ja genreihin ja toistaa monia sanomalehtisukupolven rituaaleja, kuten uutisten säännöllistä seuraamista tietyistä viestimistä.

1980-luvulla ja sen jälkeen syntyneen nettisukupolven lukutavat eroavat monin tavoin edeltävistä medialähtöisistä sukupolvista (ks. Tapscott 2010). Nettisukupolvelle medialla sinänsä ei ole niin suurta merkitystä: sisällöt ratkaisevat. Esimerkiksi kirjallisuudessa ja audiovisuaalisessa kulttuurissa fantasiasta ja siihen liittyvistä yliluonnollisista aiheista, kuten vampyyreista, on muodostunut eräänlainen kansainvälinen metagenre. Internetistä on tullut tärkein media, jonka kautta nettisukupolvi voi tavoittaa suuren osan sisällöistä. Ennen

muuta netti on muuttanut kuitenkin mediankäytön mentaliteettia kohti vuorovaikutusta ja viestintää, jotka vievät nettisukupolvella enemmän aikaa kuin perinteinen sisältöjen kuluttaminen. Erityisesti sukupolven nuoremmat edustajat, 1990-luvulla ja sen jälkeen syntyneet diginatiivit, ovat tottuneet jatkuvaan kommunikaatioon erilaisten kaveri- ja muiden verkostojen kanssa. Muuta mediasisältöä kulutetaan simultaanisti tämän viestinnän ohessa.

Sukupolvet, yhteisöllisyyden muodot ja lukemisen tavat eivät tietenkään käytännössä jakaudu yhtä selkeästi kuin yllä kuvattu jaottelu antaa ymmärtää. Vanhempien sukupolvien edustajissa on monia teknologisessa eturintamassa kulkevia, jotka ovat monin tavoin uudistusmielisempiä lukutottumuksissaan kuin nuorempien sukupolvien edustajat, joista monilla ei ole varaa hankkia uusinta lukemiseen liittyvää teknologiaa mutta joista yhtä monet myös ovat asenteiltaan konservatiivisempia kuin uudistushaluiset vanhempansa. Nuoremmissa sukupolvissa on vastaavasti useimmiten miespuolisia henkilöitä, jotka takertuvat nostalgisesti suomalais-kansallisen kertomusperinteen nationalistiseen pohjaan jopa vanhempia sukupolvia vahvemmin ja rakentavat koko identiteettinsä tällaisen nationalistisen kuvitteellisen kertomuksen ja ideologian varaan.

Toisaalta kaikissa sukupolvissa kulutetaan edelleen mielellään erimuotoisesti kerrottuja tarinoita – oli kyse sitten kirjojen lukemisesta, elokuvien tai tv-sarjojen katsomisesta. Nuoremmat mediasukupolvet eivät myöskään väistämättä ole sen aktiivisempia sisältöjen tuottajia kuin vanhemmat sukupolvet, vaikka verkkoviestiminen olisi heille muuten ominaisempaa. Esimerkiksi tutkimuksemme osallistuneista nuorista aikuisista aktiivisimpia oman materiaalin tuottajia olivat keskimäärin ryhmän vanhemmat ja koulutetummat, koska heillä oli tällaiseen toimintaan vaadittuja taitoja ja resursseja enemmän kuin nuoremmilla (Herkman & Vainikka 2012). Näin ollen lukeminen liittyy 2010-luvulla usein samanaikaisesti moniin yhteisöllisyyden muotoihin, joilla on lukijan elämän kannalta erilaisia tehtäviä ja jotka kantavat myös historiallisesti erilaisia merkityksiä.

Käytännössä tutkimukseemme osallistuneissa ja siinä esiin nousseissa lukemisyhteisöissä yhdistyi toistuvasti sekä materiaallinen että virtuaalinen yhteisöllisyys. Useimmiten lukemisyhteisöissä käytettiin verkkoviestintää keskeisenä yhteisön rakennusaineena, mutta kasvokkaiset tapaamiset ja yhteisön jäsenten tunteminen muutenkin kuin verkkoympäristössä koettiin tärkeäksi. Ne olivat tiiviin yhteisön kivijalka. Voi väittää, että verkkoympäristö rakentaa vahvasti yhteisöjen ”kuviteltua” identiteettiä, jonka täytyy kuitenkin kytkeytyä materiaaliseen todellisuuteen – yhteisön jäsenten muuhun elämään ja ihmissuhteisiin. Tämä näkyy esimerkiksi siinä, että elämäntilanteiden muutos määrittelee kulloinkin tärkeitä yhteisöjä verkkoa keskeisemmin. Elämäntilanteiden mukana muuttuvat esimerkiksi ystäväpiirit, mikä heijastuu siihen, mitkä verkko-yhteisöt ovat kulloinkin tärkeitä. Toisaalta verkkoa käytetään myös siihen, että voidaan pysyä mukana aiemmissa yhteisöissä ja viestiä sellaisten ystävien kanssa, joihin on muuten – vaikkapa fyysisen etäisyyden takia – vaikea pitää yhteyttä. Verkon ja muun elämän yhteisöt limittyvät siten toisiinsa, ja samaa voi sanoa näihin yhteisöihin liittyvistä lukemisen käytännöistä.

Uudet lukemisyhteisöt

Itse asiassa suurin osa blogeist, mitä mä seuraan säännöllisemmin, on yhden tietyn kaverin suosittelmiä. Hän lukee hirveesti blogeja. Ja sitte toisaalta hän tuntee varmaan mut aika hyvin. Se on aina lähetelly linkkejä, et hei tääl oli hyvä kirjoitus, et käy lukemassa. Ja sit mä lisään ne mun blogilistaan ja jään seuraamaan niitä.

(Teemahaastateltava, nainen 25 v.)

*... netis on helpompi jakaa just noita lyhyitä tekstejä,
artikkeleja, uutisia, tommosta, että.. kyllä se silleen
lisää mun mielestä sitä, että ihmiset lukee sitä mitä
joku muu on mielestään..*

(Fokusryhmähaastateltava, mies 24 v.)

Lukemiseen on aina liittynyt sosiaalisia ja yhteisöllisiä ulottuvuuksia. Lukemiseen sosiaalistutaan kodin, koulun ja kaveripiirin vaikutuksesta. Yhteiskunnalliset instituutiot, kuten hoiva, kasvatus ja kirjastolaitos, opettavat meille lukemisen tapoja. Luettavaa valikoidaan perheen ja ystävien suosituksista. Kirjoja arvioidaan ja esitellään mediassa, ja niistä keskustellaan kaveriporukoissa. Median välittämät tekstit – uutiset, elokuvat, tv-ohjelmat – ovat pitkään kuuluneet yleisimpiin keskustelunaiheisiin koulujen ja työpaikkojen ruokapöydissä, kahviloissa ja kapakoissa. Vaikka lukeminen perinteisessä mielessä olisi yksityinen kokemus, tuo kokemus liittyy moniin taustatekijöihin ja se halutaan usein jakaa muiden kanssa.

Osa lukemisen yhteisöllisyydestä on varsin organisoitua. Esimerkiksi kirjakerhot ja lukupiirit ovat olleet painotuotteiden lukemiseen liittyviä järjestäytyneitä lukemisyhteisöjä. Internetin leviäminen on kuitenkin mahdollistanut uusia yhteisöllisen toiminnan muotoja, jotka nivoutuvat mitä moninaisimmilla tavoilla myös lukemiseen. Monet lukupiirit ovat siirtyneet internetin virtuaaliympäristöihin. Kustannustalot kehittävät sosiaalisen lukemisen konseptista uusia verkkoympäristön liiketoiminnan malleja (ks. Laine & Kuula 2012). Kirjallisuus on myös varsin suosittu blogiaihe. Erityisesti uudentyyppisiä lukemisyhteisöjä voi löytää kuitenkin fanikulttuurista, jossa kohteena voi olla vaikka Sylvia Plathin tuotanto tai tieteiskirjallisuus genrenä (ks. Haverinen 2008; Taalas & Hirsjärvi 2008).

Tutkimme ”Uudet lukemisyhteisöt, uudet lukutavat” -hankkeessa kolmen lukemisyhteisön toimintaa fokusryhmähaastattelujen avulla. Haastatteluihin osallistui kaikkiaan kymmenen haastateltavaa. Yksi yhteisöistä oli perinteinen kirjojen lukupiiri. Lukupiirin jäsenet olivat

35–45-vuotiaita ja edustivat televisiosukupolvea. Lukupiiri ei käyttänyt toiminnassaan internetiä, vaan sen lähtökohta oli painettujen kirjojen lukemisessa ja lukukokemuksesta keskustelu kasvokkaisissa tapaamisissa. Kaksi muuta fokusryhmää edusti uusia lukemisyhteisöjen muotoja, jotka toimivat pääosin verkkoympäristössä. Toinen yhteisö koostui japanilaisen populaarikulttuurin harrastajista ja toinen roolipelaajista. Haastatteluihin osallistuneet yhteisöjen jäsenet olivat 20–25-vuotiaita ja edustivat selvästi nettisukupolvea, osin jopa diginatiiveja.

Yhteistä kaikille yhteisöille oli se, että niissä luetaan yhdessä erilaisia tekstimuotoja ja tekstien tiimoilta käydään keskustelua, niitä kommentoidaan ja tekstit toimivat ryhmää yhdistävänä merkitysavaruuksena. Jotkut ryhmien jäsenistä myös tuottivat itse erilaisia tekstejä. Nuorten verkko-osallistuminen on jaettu ystävyys- (*friendship-driven*) ja kiinnostuspohjaiseen (*interest-driven*) osallistumiseen (Ito ym. 2010, 15–18), mutta kaikissa tutkimuksemme lukemisyhteisöissä yhdistyivät selvästi molemmat osallistumisen motiivit. Kaikki yhteisöt olivat myös syntyneet ihmisten omasta kiinnostuksesta tiettyä aihetta kohtaan ja niihin liittyi paljon innostusta ja halua jakaa kokemuksia toisten kanssa. Yhteisöt toimivat eräänlaisina kokemusten ja identiteettien heijastuspintoina.

Tutkimukseen osallistuneet lukemisyhteisöt olivat kohtuullisen pieniä ja suljettuja ryhmiä, joissa monet jäsenistä tunsivat toisensa. Tässä suhteessa lukupiiri oli kaikkein suljetuin ja rajatuin: siihen kuului vain neljä toisensa ennalta tuntevaa henkilöä, jotka työskentelivät samassa työyhteisössä ja jotka päättivät itse, keitä lukupiiriin hyväksytään. Japanilaisen populaarikulttuurin ja roolipelaamisen harrastajiin oli mahdollista liittyä ilman tällaista ennakoasetelmaa, ja niiden yhteisöihin pääsi sisälle, kun oli kiinnostunut yhteisön aihepiiristä ja hyväksyi yhteisön toimintatavat.

Kirjojen lukupiiri erosi kahdesta muusta ryhmästä myös siinä, että se kokoontui melko harvoin mutta aina kasvokkain. Uusissa lukemisyhteisöissä aktiivinen verkkoviestintä oli puolestaan olennai-

nen osa yhteisön toimintaa. Verkossa viestiteltiin päivittäin. Näissä yhteisöissä oli myös jäseniä, jotka olivat tuttuja ainoastaan verkon välityksellä, joten niissä virtuaalisuuden ulottuvuus oli huomattavan tärkeässä roolissa. Virtuaalisuus mahdollisti yhteisöissä myös kansainväliset kontaktit.

Japanilaisen populaarikulttuurin ja roolipelaajien yhteisöissä oli hierarkkista ja järjestömäistä toimintaa sekä horisontaalista verkostoitumista. Yhteisöillä oli valittu puheenjohtaja ja muita toimielimiä. Osa yhteisöjen jäsenistä tunsu toisensa hyvin, vaikka viestintä tapahtui paljolti verkon välityksellä. Toisinaan yhteisön jäsenet tapasivat toisiaan myös kasvokkain, ja yhteisöt osallistuivat monenlaisiin live-tapahtumiin. Ryhmiin muodostui sisäpiirejä ja kuppikuntia, jotka tekivät eroa yhteisöjen ja piirien ulkopuolelle jääviin. Lukupiiristä puuttuivat tällaiset aktiivisuuden muodot, eikä sillä ollut hierarkkista rakennetta tai sisäpiirejä, vaan kaikki jäsenet olivat toistensa kanssa samanarvoisessa asemassa. Osittain tämä johtuu siitä, että lukupiirissä oli vähemmän jäseniä kuin kahdessa muussa lukemisyhteisössä. Osittain lukupiirin luonne erosi kahdesta muusta lukemisyhteisöstä: sen toiminta keskittyi kirjojen lukemiseen ja niistä vertaisryhmässä keskustelemiseen.

Mediasukupolvien ero näkyi erilaisina suhtautumistapoina nettiin. Vaikka myös lukupiirin jäsenet olivat varsin tottuneita netin käyttäjiä ja internetistä oli muodostunut heille tärkeä media, uusissa lukemisyhteisöissä toimivat nuoremmat haastateltavat ”elivät” netissä. Heille netti muodosti tilan, jossa suuri osa viestinnästä, yhdessä toimimisesta, informaatiosta, tiedosta ja viihteestä toteutui (vrt. Matikainen 2011a, 26). Netti oli heille ”ilmaa, jota hengitetään”, kuten Marc Prensky (2001) on kuvannut diginatiivien suhdetta verkkoviestintään. Haastatteluissa nousi esille suuri määrä netin käytön aktiivisia muotoja, joita nämä nettisukupolven edustajat eivät kuitenkaan oikein noteeranneet, koska asia oli heille niin itsestään selvä.

Uusien lukemisyhteisöjen edustajat pohtivat kuitenkin aika paljon verkkoyhteisöllisyyden aitoutta. Yhteisöllisyys koettiin aidom-

maksi silloin kun ihmiset tunsivat toisensa. Tällaiset verkkoyhteisöt ovat usein suljettuja, tiettyyn aiheeseen keskittyviä ryhmittymiä. Avoimet keskustelufoorumit nähtiin tässä suhteessa vähemmän aidoksi ja löyhemmiksi yhteisöiksi, jotka muistuttavat kirjan alussa kuvattuja narikkayhteisöjä (ks. Bauman 2002, 49). Myös Facebookin aitous yhteisönä kyseenalaistettiin. Facebook koettiin kaiken kansan näyttäytymispaikaksi, jossa ei välttämättä puhuta asioista niiden oikeilla nimillä. Kuten muissakin tutkimuksissa on käynyt ilmi, Facebook koettiin jonkinlaisen ihanneminän esittämisen paikaksi (esim. Ridell 2011).

Keskustelufoorumien tapaan Facebookissa on mukana paljon sivustaseuraajia, jotka eivät ole valmiita sitoutumaan yhteisöön. Haastateltavat itse eivät myöskään halunneet osallistua Facebookissa aktiivisesti, vaan käyttivät sitä ennen kaikkea tarkastaakseen kaveripiirinsä kuulumisia tai saadakseen tietoa ajankohtaisista uutisista. Aitoon verkkoyhteisöllisyyteen liitettiin myös joissain kommentoissa reaaliaikaisuus, mikä erottaa Facebookia tällaisista yhteisöllisyyden muodoista.

Japanilaisen populaarikulttuurin ja roolipelaajien yhteisöjen tärkeimmäksi viestintäkanavaksi paljastui irkki, joka on muiden reaaliaikaisten pikaviestimien edeltäjä. Irkki eli Internet Relay Chat (IRC) koostuu reaaliaikaisista keskustelukanavista, joilla yhteisöt viestivät muun muassa tapahtumiin ja yhdistyksiin liittyvistä asioista. Irkin suosio selittyy osittain myös haastateltujen iällä ja tietoteknisellä kiinnostuksella. IRC-kanavat yleistyivät tietotekniikkaa harrastavien suomalaisten nuorten keskuudessa haastateltavien ollessa yläasteiässä, joten he ikään kuin kasvoivat irkin maailmaan. Osittain kyse on myös ryhmäidentiteetin rakentamisesta ja eronteosta muihin, mistä kertoo esimerkiksi IRC-gallerian, Messengerin ja Facebookin kaltaisten, suosituiksi muoti-ilmiöiksi nousseiden sovellusten kritisoiminen tai jopa hylkääminen. Japanilaisen populaarikulttuurin ja roolipelaajien yhteisöissä oli runsaasti tietotekniikasta kiinnostuneita, joille oli tär-

keää rakentaa omaa ryhmäidentiteettiä valvettuna, valtavirrasta erottuvina verkon käyttäjinä.

Kaikki haastatteluihin osallistuneet olivat innokkaita kirjojen lukijoita, ja heillä oli vahva kirjallinen tausta kotoa ja koulusta. Jo pa nuoremmat diginatiivit haastateltavat arvostivat edelleen kirjaa käyttöliittymänä, eivätkä he uskoneet digitaalisten tekstien syrjäyttävän kirjaa. Lukupiiriläisten kirjallinen tausta oli vahvin, eräänlainen sukupolvikokemus. Nuoremmilla haastateltavilla sukupolven avainkokemukset liittyivät enemmän populaarimediaan ja digitaaliseen kulttuuriin, kuten *Pokémon*-piirrossarjan ja pelien leviämiseen Suomessa 2000-luvun alussa, kun tutkittavat olivat yläkouluiässä. Kirjalliseen kulttuuriin nämä avainkokemukset kytki ennen muuta genre: fantasia ja scifi.

Uusien lukemisyhteisöjen jäsenet ottivat aktiivisesti osaa verkon foorumeihin, kirjoittivat ja kommentoivat blogeja ja osallistuivat verkkoyhteisöihin. Osa heistä julkaisi tekstejä ja kuvia netissä. Lukupiiriläisten oma tuotanto oli perinteisempää ja liittyi lähinnä työhön tai perhe-elämään. Uusien lukemisyhteisöjen edustajat elivät tässä suhteessa osallistumisen kulttuurissa (*participatory culture*), jossa otettiin monin tavoin osaa verkon aktiviteetteihin. Sen sijaan wiktityyppinen joukkoäly (*collective intelligence*) ei juuri noussut haastatte- luissa esiin. (Vrt. Jenkins 2008.) Pääasiassa verkkoyhteisöä käytettiin oman tuotannon yleisönä ja palautteenantajana. Ainoastaan pari fanifiktio kirjoittajaa kertoi kehittävänsä tekstejä konkreettisesti yhdessä muiden verkon käyttäjien kanssa.

Pääasiassa verkon yhteisölliset käytännöt liittyivät kuitenkin yhdessä viihtymiseen ja hauskanpitoon. Itse yhteisön rakentaminen ja yhteisöön kuuluminen olivat myös uusissa lukemisyhteisöissä tärkeitä asioita. Verkkoviestintä liittyi ennen muuta tähän yhteisön rakentamiseen, lukemiskokemukset olivat lähinnä polttoainetta yhteisölle.

Lukemisen tulevaisuuden kannalta on keskeistä, missä määrin edellä kuvatut uusien lukemisyhteisöjen käytännöt leviävät kaiken

kansan pariin ja missä määrin ne pysyvät pienempien ja rajatumpien harrastajayhteisöjen piirissä. On todennäköistä, että verkkoyhteisölliset lukukäytännöt yleistyvät ja levittäytyvät pikku hiljaa jossain määrin laajempien lukijajoukkojen keskuuteen. Valtaosa lukijoista ei kuitenkaan koskaan omaksu tällaisia lukemisen käytäntöjä, vaan tyytyy passiivisemman kuluttajan rooliin. Tässä henkilökohtaiset ominaisuudet ylittävät sukupolvien erot. Iästä riippumatta vain tietty osa ihmisistä haluaa osallistua ja olla mukana lukemisyhteisöjen toiminnassa. Myös elämäntilanteet vaikuttavat lukemisen aktiviteettien muotoutumiseen. Lukemisyhteisöissä tulevat vastakin olemaan aktiivisimpia juuri nuoret aikuiset, joilla on riittävästi intoa, taitoa ja kokemusta yhteisöjen aihepiireistä, mutta myös aikaa ja mahdollisuuksia osallistua niiden toimintaan aktiivisesti. Kun työelämä ja perhe vievät arjen huomion, lukemisyhteisöt jäävät taustalle.

5. LUKIJATYYPIT JA -SUKUPOLVET

Aamulehden luettuani siirryin tietokoneelle ja vietin noin puolituntia lukien Helsingin Sanomien, Iltalehden, Iltasanomien ja Satakunnan Kansan verkkosivuja. Lehtien lukemisen jälkeen tarkistin sähköpostini (neljästä eri osoitteesta) ja kävin työpaikan Intranetissä tarkistamassa, onko minulle annettu uusia töitä. Tämän jälkeen lueskelin ystäväni blogia.
(Mediapäiväkirjan pitäjä, nainen 25 v.)

Lukijasta on tullut lehdistön kuningas tai kuningatar. Kun esimerkiksi sanomalehdet vielä 1970-luvulla määrittivät journalistista tehtävänsä paljolti yhteiskunnallisin ja poliittisin perustein, 1980-luvun jälkeen median markkinointuminen on siirtänyt painopisteen yleisöihin ja heidän haluihinsa (esim. Hujanen 2006; Pietilä 2007). Yleisön tarpeet ja halut vaikuttavat suoraan markkinaehtoisen median myyntiin, joten niitä on syytä kuunnella. Media-ala tutkii siksi runsaasti kuluttajiaan ja myös luokittelee lukijoita näiden tutkimusten perusteella.

Yksi suosituimmista tutkimustavoista on ollut kuluttajien asenteita kartoittava RISC-monitorointi, jonka nimi juontaa vuonna 1980 viidessä Euroopan maassa vertailevan asennetutkimuksen aloittaneesta Research Institute on Social Change -tutkimusorganisaatiosta. Suomeen tutkimus rantautui vuonna 1990. RISC-monitoroinnin tutkimusmenetelmiä pidetään salassa, vaikka mediatalojen lisäksi sitä ovat käyttäneet monet merkittävät yritykset ja julkiset organisaatiot. (Suhonen 2010, 6.)

RISC-monitoroinneissa rakennetaan sosiokulttuurisia asennekarttoja, joiden perusteella kuluttajia ja kansalaisia jaetaan erityyppisiin ryhmiin. Tavallisia ryhmiä näissä typologioissa ovat esimerkiksi pysyvyyttä ja muutosta kannattavat, kokeilunhaluiset ja varovaiset, johtajat ja johdettavat, avarakatseiset ja rajoittuneet sekä empaattiset ja omahyväiset. Ryhmien nimitykset ja suhteet vaihtelevat tutkimuksesta riippuen ”statushakuista rationalisteista” ”elämushakuisiin kokeilijoihin” tai ”innostuneista polunnäyttäjistä” ”tyytyväisiin huolehtijoihin”. Ryhmien luokitteluissa on monesti paljon päällekkäisyyksiä, eivätkä asenneryhmien edustavuudet siirry kansallisesta ympäristöstä toiseen ongelmitta (Suhonen 2010, 25–26). Tästä huolimatta monitorointeja sovelletaan paljon mediateollisuuden tarpeisiin.

Esimerkiksi NextMedia-hankkeessa mukana ollut viestintäkonsultti Gregor Waller (2012) jäsentää median kuluttajia asennekarttojen avulla aktiivisiin konservatiiveihin, perinteisiin, liberaaleihin älykköihin, mukautujiin, porvarillisen keskitien kulkijoihin, esiintyjiin, hedonisteihin, tutkijoihin ja tiukkapipoihin. Waller erottelee myös kuusi ”digitaalista elämäntapaa”: 1) ”vaikuttajat”, jotka ovat teknologisia edelläkävijöitä, 2) ”viestijät”, joita kiinnostaa erityisesti esitellä itseä ja omia ajatuksia muille, 3) ”tiedonhaluiset”, joille digitaalinen kulttuuri on ennen muuta tiedon ja oppimisen foorumi, 4) ”verkostoitujat”, joille sosiaalinen vuorovaikutus on kaikki kaikessa, 5) ”arat”, jotka pelkäävät uutta teknologiaa ja 6) ”funktionalistit”, joiden suhde uuteen teknologiaan on hyvin käytännöllinen.

Asennekartat voivat olla hyödyllisiä, kun suunnitellaan uusien tuotteiden markkinointia ja arvioidaan uuden teknologian läpimenoa. Varsinaisista mediankäytön tai lukemisen tavoista ne eivät kuitenkaan kerro. Esimerkiksi Wallerin luokittelemat digitaaliset elämäntavat ovat uuden viestintäteknologian markkinoiden perusteella tehtyjä arvioita kuluttajaryhmien jakautumisesta, mutta ne sisältävät lopulta vähän tietoa siitä, miten ihmiset tosiasiaassa mediaa käyttävät. Sen selvittämiseksi tarvitaan suuremmin aiheeseen keskittyviä tutkimuksia, joissa otetaan vakavasti mediankäytön muodot osin käyttäjän persoonallisuudesta riippumattomina tekijöinä. Tämä on tärkeää siksi, että meidänkin tutkimuksemme osoittaa mediankäytössä ja lukemisen valinnoissa monia yksilön halujen ulkopuolelle sijoittuvia vaikuttimia. Esimerkiksi elämäntilanne suuntaa mediankäyttöä ja lukemista, samoin mediaympäristö ja yhteiskunnalliset instituutiot, kuten perhe, koti ja koulu. Mediankäyttö ei palaudu yksilöiden asenteisiin, vaikka niitä onnistuttaisiin kartoittamaan uskottavasti. Toisaalta mediankäyttö ei palaudu myöskään sukupolviin, joten erilaiset asennetypologiat ovat hyvä täydennys mediasukupolven käsitteeseen. Siinä missä sukupolvi liikkuu rakenteiden tasolla, asenne kumpuaa enemmän yksilöstä.

Nuoret aikuiset internetin käyttäjinä

*Facebookia selailin myös päivän mittaan useammin-
kin sekä matkapuhelimen kautta että tietokoneella.
Mobiilisovellusta käytin yliopistolla ennen luennon
alkua ja sen väliajalla. Kotona käytin perinteisempää
tietokonevälitteistä muotoa.*

(Mediapäiväkirjan pitäjä, nainen 25 v.)

Sonja Kangas on työryhmineen (2008, 16) luokitellut nuoret mediakulttuurin osallistajat viiteen kategoriaan: kehittäjiin, kriitikoihin, keräilijöihin, linkittäjiin ja kuluttajiin. Jaottelu muistuttaa hiukan edellä kuvattua Wallerin digitaalisen elämäntapojen luokittelua. Käytännössä Kankaan ryhmän luokittelu koskee lähinnä internetin käyttöä ja kuvaa erityisesti sosiaalisen median erilaisia käyttäjäryhmiä, kun muu – perinteisempi – mediankäyttö jää siinä paitsioon.

Kehittäjät tuottavat ja julkaisevat jatkuvasti itse sisältöjä, kriitikot arvioivat ja kommentoivat toisten tekemiä sisältöjä, keräilijät kokoavat omiin tarpeisiinsa itseään kiinnostavia sisältöjä, linkittäjät toimivat yhteisöpalveluissa aktiivisina ”sisäänheittäjinä” ja sisältöjen jakelijoina ja kuluttajat käyttävät muuten vaan aktiivisesti nettiä, mutta eivät halua itse tuottaa tai osallistua samalla tavoin kuin muut osallistujatyypit. Kirjoittajat muistuttavat, että yksi ja sama henkilö voi ottaa eri rooleja internetin eri sovelluksissa. Lisäksi kategorioiden ulkopuolelle jäävät ”passiiviset”, jotka eivät käytä lainkaan nettiä.

Koska tyyppittely painottuu internetin käyttöön, Kankaan ja kumppaneiden kategorioita ei voi täysin soveltaa lukemisen eri muotoihin. Luokittelussa on myös jonkinasteista päällekkäisyyttä. Luokittelua voi kuitenkin soveltaa myös meidän tutkimuksemme perusteella kuvaamaan erilaisia nuorten aikuisten netinkäytön muotoja, jos sitä hiukan pelkistää (ks. taulukko 5.1).

Kankaan luokittelussa kaksi ensin mainittua tyyppiä (kehittäjät ja kriitikot) kuvaavat ennen muuta niitä netin käyttäjiä, jotka tuottavat itse aktiivisesti sisältöjä. Heitä voisi tämän takia nimittää yhdellä termillä *sisällöntuottajiksi*. Keräilijät ja kuluttajat taas kuvaavat yhdessä sellaisia nuoria, jotka etsivät aktiivisesti omaan käyttöön materiaalia netistä mutta jotka eivät juuri tuota tai muuten osallistu internetin yhteisöihin. Heitä voi siksi nimittää yhdellä termillä *kuluttajiksi*. *Linkittäjät* ovat nettiyhteisöjen aktiivisia sisältöjen ja yhteyksien jakajia. Näiden kolmen kategorian lisäksi voidaan puhua *kommentaattoreista*, jotka eivät tuota varsinaisesti omia sisältöjä mutta viestivät, ottavat kantaa, kommentoivat, mainostavat tai kritisoivat toisten tekemiä sisältöjä.

Tavallaan tämä kategoria on osa kaikkia kolmea aiemmin mainittua kategoriaa, sillä sisältöjen tekemiseen, kuluttamiseen ja linkittämiseen sisältyy usein jonkin sortin kommentointia tai kannanottamista.

Taulukko 5.1 Netin ja sosiaalisen median käyttäjät (sovellettuna Kangas ym. 2008, 16)

Sisällöntuottajat	Tuottavat ja julkaisevat aktiivisesti sisältöjä blogeissa, nettisivuilla, foorumeilla, nettiyhteisöissä tai muissa sosiaalisen median sovelluksissa.
Linkittäjät	Jakavat aktiivisesti yhteyksiä ja sisältöjä netin yhteisöissä, kuten Facebookissa.
Kommentaattorit	Viestivät ja kommentoivat aktiivisesti toisten tekemiä sisältöjä mutta eivät itse tuota niitä (ellei kommentointia lasketa sisällöntuotannoksi).
Kuluttajat	Kuluttavat aktiivisesti netin sisältöjä ja viestintäpalveluja mutta eivät osallistu yhteisöihin tai tuota sisältöjä.

Internetistä on tullut nuorten aikuisten tärkein media, eikä tutkimusaineistossamme oikeastaan ollut passiivisia, täysin netin ulkopuolelle jättäytyviä nuoria aikuisia. Vaikka muutosvastarintaa ja teknologiavastaisuutta esiintyy, ei yksikään tutkittava kertonut jäävänsä kokonaan verkkoviestinnän ulkopuolelle. Päinvastoin, suurin osa suhtautui varsin myönteisesti nettiin viestinnän välineenä. Suomalaisen tieto- ja viestintätekniikan käyttöä tutkineen selvityksen mukaan 89 prosenttia 16–74-vuotiaista suomalaisista käytti vuonna 2011 nettiä, ja kolme neljästä käytti sitä päivittäin (Tieto- ja viestintätekniikan käyttö 2011). Alle 50-vuotiaiden ikäryhmässä lähes kaikki käyttävät nettiä, mutta myös sitä vanhempien ikäryhmässä netin käyttö lisääntyy jatkuvasti. Suurin osa netin ulkopuolelle jättäytyvistä tai jäävistä lienee vielä lapsia, joiden mediankäyttöä vanhemmat kontrolloivat, tai ikäihmisiä, jotka eivät joko halua tai jostain syystä kykene ottamaan osaa uusiin viestinnän muotoihin. Pieni joukko on myös syrjäytyneitä nuoria ja nuoria aikuisia, jotka eivät ole kiinnostuneita juuri mistään mediankäytön muodoista.

Suurimman osan suomalaisista voi kuitenkin eri tutkimusten mukaan sijoittaa netin käyttäjinä kuluttajien kategoriaan (esim. Matikainen 2011a, 22–23). He eivät välttämättä osallistu kovin aktiivisesti netin yhteisöihin tai sisältöjen tuotantoon. Facebook tosin hämärtää tätä väitettä, koska esimerkiksi lähes yhdeksän kymmenestä meidän tutkimuksemme osallistuneesta nuoresta aikuisesta oli mukana Facebookissa. Oman profiilin rakentaminen Facebookiin edellyttää ainakin jonkinasteista sisällöntuotantoa, vaikka käyttäjä sen jälkeen ei juuri päivittäisi tilaansa. Facebook on kuitenkin tässä suhteessa melko ristiriitainen yhteisöpalvelu. Suurin osa Facebookin käyttäjistä kertoo tutkimuksissa lähinnä seuraavansa sen avulla passiivisesti ystäväpiirinsä tapahtumia (esim. Ridell 2011). Omia päivityksiä eivät meidänkään tutkittavistamme monet kertoneet aktiivisesti tekevänsä. Sosiaalinen media ei siten muuta väistämättä mediankäyttöä osallistuvaksi, vaikka siinä onkin vuorovaikutteisia piirteitä enemmän kuin perinteisessä mediankäytössä.

Meidän tutkimuksemme mukaan kommentaattorina toimiminen on kuluttamisen jälkeen toiseksi yleisin nuorten aikuisten netin käytön muoto. Kyselyymme vastanneista 60 prosenttia kertoi joskus kirjoittaneensa keskustelufoorumille ja reilu kolmannes paljasti kommentoineensa blogia. Sen sijaan huomattavan paljon harvempi nuori aikuinen jakeli ja linkitti sisältöjä puhumattakaan sisältöjen varsinaisesta tuotannosta ja julkaisemisesta. 10–20 prosenttia tutkimukseen osallistuneista kertoi julkaisevansa erilaisia tekstejä netissä, alle kymmenes julkaisi visuaalisia tuotoksia, kuten valokuvia, piirroksia tai videoita. Nämä luvut ovat kuitenkin suurempia kuin keskiarvot netin käyttökartoituksissa, mikä kertoo opiskelevien nuorten aikuisten aktiivisuudesta ja hyvistä mahdollisuuksista sisältöjen tuottamiseen (vrt. Matikainen 2009).

Kiinnostavasti aktiivisimpia oman materiaalin tuottajia olivat ikäryhmän vanhimmat. Nuorempien tutkittavien, erityisesti vielä vanhempiensa kanssa kotona asuvien lukiolaisten, yhteydessä painottui enemmän median passiivinen viihdekäyttö, kuten television

katselu. Tulos on ristiriidassa Tilastokeskuksen vuonna 2010 tekemän selvityksen kanssa, jossa oman materiaalin lataaminen nettiin oli selkeästi yleisintä nuorimmassa 16–24-vuotiaiden ikäryhmässä ja väheni järjestelmällisesti iän kasvaessa (Tieto- ja viestintätekniikan käyttö 2010). Tilastokeskuksen selvityksessä ei kuitenkaan erotella tarkasti oman materiaalin lataamisen eri muotoja, vaan todetaan sen liittyvän ylipäättään nuorempien ikäryhmien aktiiviseen netinkäyttöön.

Meidän tutkimuksemme perusteella vanhemmilla nuorilla aikuisilla oli selvästi enemmän teknisiä taitoja ja mahdollisuuksia oman materiaalin tuottamiseen kuin nuoremmilla, joten opiskelun, harjoittelun ja kokemuksen merkitystä ei ole syytä väheksyä netinkäytön aktiivisuudesta puhuttaessa. Sanottu korostuu erityisesti viestintään ja tietotekniikkaan liittyvien aineiden opiskelijoiden keskuudessa, joilla oman sisällöntuotannon osuus oli suurinta. Myös kiinnostuksen kohteet vaikuttavat oman tuotannon viriämiseen. Esimerkiksi harrastajayhteisöjen jäsenet tuottavat aktiivisesti yhteisöön liittyvää materiaalia, vaikka eivät välttämättä muuten julkaise sisältöjä netissä. Japanilaisen populaarikulttuurin ja roolipelien harrastajat olivat tutkimukssamme varsin aktiivisia oman materiaalin tuottajia, mutta heidän sisällöntuotantonsa keskittyi ennen muuta mainittujen yhteisöjen ja aiheiden foorumeille.

Vapaa-ajalla netin käytössä korostuu viihteellisyys ja sosiaalisuus (Gil-Flores 2012), kun taas työssä ja opiskelussa tiedonhaku on tärkeintä. Tutkimuksemme perusteella jotkut nuoret aikuiset kuitenkin kontrolloivat vapaa-ajan netinkäyttöä. He ottivat vapaata myös netistä, koska ajatus jatkuvassa informaatiovirrassa läsnä olemisesta tuntui heistä pakottavalta. Vastaavalla tavalla monet kontrolloivat digitaalista pelaamistaan, joka koettiin helposti liian koukuttavaksi ja aikaa vieväksi ajanvietteeksi. Pelaamisen uskottiin rajoittavan liikaa muuta ajankäyttöä. Tämän tyyppinen ”mediapaasto” on kohtuullisen yleistä muissakin ikäryhmissä ja osa myös 2000-luvun Suomessa jalansijaa saanutta downshifting-ajattelua, elämän ”leppoistamista”, jossa ideana on irtautua hektisen elämän oravanpyörästä.

Lukijatyytit

... mutta sieltä [netistä] mää en oo ikinä ihan hirveesti niinku mitään pitempiä juttuja luku, satunnaisesti vain jotain lehtiartikkeleita tai näin. Mutta aina pyrkii siihen, että löytäis sen jotenkin niinku paperilla...

(Teemahaastateltava, nainen 26 v.)

No Facebookissa tietysti kirjoitan, mutten sillä tavalla tekstiä tuottaen. En esimerkiksi käy blogeissa tai foorumeissa kirjoittelemassa. Eli en oikeestaan tuota omaa tekstiä.

(Teemahaastateltava, nainen 21 v.)

... mä luen mitä muut sanoo ja luen mitä muut linkkaa, ehkä tykkään tai jaan niitä linkkejä eteenpäin joihinkin artikkeleihin, mut en mä ite kirjota sinne juuri mitään että ... enemmänkin ei niinkään tuo mitään omia ajatuksia niin hirveesti julki, mutta jakaa linkkejä asioihin mitä löytää netistä.

(Fokusryhmähaastateltava, mies 24 v.)

Nuorten aikuisten lukeminen on edelleen osittain yksilöllistä päämäärätietoista toimintaa, joka tähtää mielihyvähakemuksiin tai tiedonhankintaan vapaa-ajalla, työssä tai opiskelutarkoituksessa. Toisaalta suuri osa mediankäytöstä on internetin arkista viihdekäyttöä tai yhteisöllistä viestintää, jossa korostuu lukemisen sosiokulttuurinen ulottuvuus. Myös yksilöllinen lukeminen linkittyy yhteisöihin ja lukemisen kulttuurisiin konteksteihin. Lukemisen kohteita valitaan paljolti vertaisverkostojen avulla, lukemiskokemuksista keskustellaan muiden kanssa ja nämä kokemukset rakentavat lukemisyhteisöjä.

Vaikka verkkoympäristö hämärtää viestinnän ja lukemisen rajoja, niiden välille on silti edelleen mahdollista tehdä ero. Erityisesti kirjojen lukeminen näyttäytyy yksilöllisenä lukukokemuksena, jonka sosiokulttuuriset ulottuvuudet liittyvät luettavien tekstien valikointiin ja henkilökohtaisen lukukokemuksen jakamiseen muiden kanssa. Ylipäättään kaikenlaisten tuotettujen sisältöjen kulutus näyttäytyy edelleen yksilöllisenä kokemuksena, kun taas sen jakaminen ja siitä keskustelu liittyvät enemmän verkkoviestinnän yhteisöllisiin käytäntöihin. Tässä mielessä esimerkiksi sähkökirjat eivät välttämättä eroa perinteisistä painotuotteista, vaikka niiden lukeminen tapahtuu erillisellä tarkoitukseen varatulla lukulaitteella.

Lukemiseen keskittymisen aste, lukemisen kohteiden valinta ja sosiaalisuus jakavat lukijoita erilaisiin ideaalityyppeihin. Tyypit eivät ole selvärajaisia, ja yksi ja sama henkilö saattaa edustaa eri tilanteissa eri tyyppiä. Lukijoiden typologisoinnissa on tässä siten kyse ennen muuta yrityksestä hahmottaa lukemisen eri muotoja sosiaalisen median aikakaudella.

Tutkimuksemme perusteella nuorten aikuisten lukukäytännöistä voi johtaa viisi lukijatyyppiä, jotka kuvaavat uskoaksemme laajemminkin suomalaista lukemista internetin ja sosiaalisen median muuttamassa lukemisympäristössä. Nämä tyypit ovat ”kirja-hifistit”, ”printterit”, ”kommunikaattorit”, ”tuottajat” ja ”mikserit”. Lukijatyyppien yleisyyttä on mahdoton tarkkaan arvioida, mutta lukija- ja mediankäyttötutkimusten perusteella mikserit alkavat olla yleisin ja tuottajat toistaiseksi vielä harvinaisin lukijatyyppi. Kommunikaattoreiden määrä kasvaa koko ajan suhteessa kirja-hifisteihin tai printtereihin. Lukijatyyppiä on mahdollista myös erotella karkeasti mediasukupolvien avulla.

Taulukko 5.2 Suomalaiset lukijatyypit sosiaalisen median aikakaudella

Lukijatyyppi (tyypin edustama mediasukupolvi)	Tyypin luonnehdinta	Lukemisen yhteisöllisyys
<i>Printterit</i> (sanomalehtisukupolvi)	Arvostavat painotuotteita, myös painettuja lehtiä. Hylkivät e-julkaisuja. Tuostavat pidemmät tekstit internetistä.	Lukemisen valinnoista ja kokemuksista keskustellaan kasvokkain. Internetiä käytetään henkilöviestintään ja tiedonhakuun.
<i>Tuottajat</i> (nettisukupolvi)	Tuottavat aktiivisesti sisältöjä: tekstiä, kuvia, videoita. Julkaisevat sisältöjä blogeissa, nettisivuilla ja -foorumilla.	Käyttävät yhteisöjä julkaisujen yleisinä ja reflektiopintana. Ovat usein aktiivisia johonkin aiheeseen keskittyneessä yhteisössä, mutta tekevät eroa muihin yhteisöihin.
<i>Kirja-hifistit</i> (kaikki mediasukupolvet)	lhannoivat ja arvostavat kirjaa, mutta ovat muuten sisäistäneet verkkoviestintän ja internetin tekstikäytännöt.	Mukana verkon viestintä- ja "narikkayhteisöissä", joiden tekstikäytännöissä paljon yhteisöllistä. Kirjan lukemisen yksityinen kokemus.
<i>Kommunikaattorit</i> (kaikki mediasukupolvet, erityisesti diginatiivit)	Mediankäytössä viestintä on pääroolissa, eikä sisältöjen kuluttaminen ole niin tärkeää. Yhteydenpito ystaviin korostuu.	Aktiivisia verkon yhteisöpalveluiden käyttäjiä. Pääosassa yhteisöllinen henkilöviestintä. Lukusuositukset verkosta.
<i>Mikserit</i> (kaikki mediasukupolvet, erityisesti tv-sukupolvi)	Yhdistelevät erityisesti tuottajan ja kommunikaattorin piirteitä niin, että kumpikaan ei välttämättä korostu tai saa määräävää roolia.	Osallistuvat monin eri tavoin verkkoyhteisöihin, mutta mikään lukemisen muoto ei heillä korostu toisten kustannuksella.

Printterit ovat ”vanhoillisia” painotuotteiden arvostajia, jotka lukevat myös lehensä painettuina. Heille paperin tuntu ja painomusteen tuoksu edustavat ”vanhaa hyvää aikaa”, ja e-julkaisut heijastavat kulttuurin rappioitumista. Sähköisten julkaisujen lukeminen tuntuu printtereistä epämiellyttävältä, ja painotuotteet ovat käyttöliittyminä heille kaikkein mieluisimpia. Printterit kyllä käyttävät myös internetiä, mutta se on heille ennen muuta viestinnän ja tiedonhaun väline.

Internetin pidemmät tekstit he tulostavat lukemista varten. Kirjasuosituksia printterit ottavat vastaan lähinnä kasvokkain samanhenkisiltä tovereiltaan, mutta myös lehdissä julkaistuilla kirja-arvioilla saattaa olla vaikutusta heidän lukemisvalintoihinsa.

Tuottajille oma sisällöntuotanto on tärkeää. Heidän lukemisensa liittyy usein omaan tuotantoon, jota julkaistaan mielellään netin julkaisualustoilla. Tuottajat keskittyvät usein johonkin tiettyyn aiheeseen tai genreen, jonka verkkoyhteisöissä he ovat aktiivisina materiaalin-tuottajina mukana. Tuottajat ovat varsin sisällä digitaalisen kulttuurin käytännöissä, eikä painotuotteella ole julkaisuna heille erityisasemaa. Toisaalta he voivat olla myös ”kirja-hifistejä”, jotka osallistuvat aktiivisesti esimerkiksi jonkin tietyn lajityypin fanikulttuurin toimintaan. Sisällöillä on heille sekä esteettistä, kokemuksellista että välinearvoa. Tuottajat osallistuvat aktiivisesti itseään kiinnostavien aiheiden yhteisölliseen toimintaan, mutta rakentavat usein identiteettiään tekemällä eroa muihin ryhmiin.

Kirja-hifistit ihannoivat kirjaa lukemisen kohteena, mutta muuten he ovat varsin monipuolisia internetin käyttäjiä. Verkkoviestintä on heille luonteva osa arkea ja työtä ja he myös osallistuvat jossain määrin verkon yhteisöihin. Kirja-hifistit saattavat hyvinkin lukea verkkolehtiä ja muita e-julkaisuja. Kirja on kuitenkin säilyttänyt ykkösasemansa pitkien tekstimuotojen käyttöliittymänä, ja kirja-hifistit arvostavat kirjaa keräilyesineenä, joka on kiva saada omaksi hyllyyn. Kirjasuosituksista keskustellaan samanhenkisten kanssa sekä kasvokkain että verkkoyhteisöissä. Kirjalla on nostalgista vaihtoarvoa. Kirja-hifistejä on jopa tietoteknisen eturintaman edustajissa.

Kommunikaattoreilla painottuu verkkoviestintä. He haluavat olla erityisesti yhteydessä toisiin ihmisiin. Kommunikaattorien lukemiskäytäntöjä määrittelee siten eniten sosiaalisuus ja vuorovaikutus. Sisältöjen kuluttaminen sinänsä ei ole heille yhtä tärkeää kuin yhteyden saaminen toisiin, vaikka sekin voi tapahtua yhteisten sisältöjen avulla. Kommunikaattorit saavat usein lukusuosituksensa ystävä-

verkostoiltaan. He ovat netin yhteisöpalvelujen aktiivisia käyttäjiä. Kommunikaattoreita löytyy kaikista ikäryhmistä, mutta heitä on enemmän nais- kuin miespuolisissa nuorissa aikuisissa.

Mikserit yhdistävät edellä kuvattujen lukijatyyppien ominaisuuksia. Erityisesti heillä yhdistyvät verkkoviestinnän osallistumisen muodot, kuten kommunikointi, jonkinasteinen oma tuotanto ja yhteyksien rakentaminen esimerkiksi linkkejä välittämällä. He saattavat myös olla mukana erilaisissa verkkoyhteisöissä. Miksereillä ei kuitenkaan painotu mikään osallistumisen muoto yli muiden, vaan he ovat maltillisia yhteyksien rakentajia ja sisältöjen tuottajia. He myös lukevat painotuotteita opiskelun ja työn tarpeiden ja henkilökohtaisten halujen mukaisesti.

Tutkimuksessamme painottuu painettujen kirjojen rooli ja suhde verkkoviestintään rajanvetäjänä eri lukijatyyppien välillä. Ei ole kuitenkaan sanottu, etteikö sähkökirja voi osittain korvata painetun kirjan asemaa tällaisena rajalinjana, kun e-kirjojen lukemiseen paremmin sopivat laitteet leviävät laajoille lukijajoukoille. Esimerkiksi Harri Heikkilän (2011, 50) sähköisten lukulaitteiden käyttäjäselvityksessä nousi esille hyvin samankaltaisia lukijatyyppiejä kuin meidän tutkimuksessamme. Osalla käyttäjistä painottui liikkuvuus: heille tärkeää oli asioiden – myös lukemisen – hoitaminen liikekannalla mobiilisti. Osa käyttäjistä oli puolestaan innostuneita nimenomaan kirjoista ja kirjojen lukemisesta. Heille tieto- ja viestintätekniikalla ei sinänsä ollut merkitystä: se oli vain välikappale kirjaharrastuksen laajentamiselle. Suurimman käyttäjäryhmän muodostivat kuitenkin ”sekakäyttäjät”, joilla lukulaitteiden käytössä yhdistyi mobiilikäyttäjän, kirjaentusiastin ja muun mediankäytön piirteitä. E-kirja on myös kirja, ja joskus tulevaisuudessa e-kirja saattaa symboloida kaikkea kirjallisuutta samaan tapaan kuin painetut kirjat ovat tehneet 2000-luvulle saakka.

Mediasukupolvet liikkeessä

...keittiön pöydässä istuessani, kahvia hörppiessäni ja leipää mutustaessani kahlasin läpi muutamat kotimaiset uutissivustot sekä tarkastan suosikkiblogieni tarjonnan. Myös sähköposti tuli luettua heti aamusta. Tänä aamuna selasin läpi myös Aamulehden, mutta en uhrannut sille läheskään niin paljon aikaa kuin netille. Myönnän, että herään aamuisin usein reilusti ajoissa vain siksi, että voin lukea seuraamiani blogeja.
(Mediapäiväkirjan pitäjä, nainen 23 v.)

Nuoret aikuiset toimivat eräänlaisena siirtymäsukupolvena vanhempien sanomalehti- ja televisiosukupolvien ja nuorempien diginatiivien välissä. Heidän kauttaan on siten mahdollista hahmottaa erilaisia lukemisen tapoja erityisen hyvin, koska toisaalta heidän mediankäytössään näkyvät edelleen vahvasti painotuotteiden lukemisen perinteet mutta myös uudet verkkoviestinnän muodot ovat löytäneet tiensä heidän elämäänsä. Meidänkin tutkimuksemme perusteella ikä toimii keskimäärin selvänä erottavana tekijänä mediasukupolvien välillä. Vanhemmat tutkimukseemme osallistuneet muistuttivat eniten mediankäytöltään ja lukutottumuksiltaan edeltäviä sanomalehtisukupolvia, ja vastaavasti nuoremmista ikäryhmistä löytyy selkeästi diginatiivien joukko, jonka mediankäyttö eroaa ratkaisevasti painotuotteiden parissa varttuneiden tottumuksista.

Asia ei ole kuitenkaan näin yksinkertainen. Kuten edellisessä luvussa todettiin, lukijatypologiat ovat vain ideaalimalleja, joiden avulla on mahdollista jäsentää lukemista laajassa mielessä. Käytännössä erot eivät ole niin selviä kuin typologiat antavat ymmärtää. Esimerkiksi tutkimuksemme perusteella aktiivisimmin omaa sisältöä nettiin tuottavat löytyvät nuorten aikuisten varttuneemmista ikäryhmistä, joilla on henkilökohtaisia intressejä tällaista toimintaa kohtaan ja kokemusta opiskelusta ja sen mahdollistamista sisällöntuotannon

työkaluista. Toisaalta myös uusien viestintäteknologioiden eturintamassa on usein vanhempia hyvin toimeentulevia miehiä, joilla on varaa ja halua kokeilla uutta ensimmäisten joukossa. Taloudellisesti vanhemmistaan riippuvaiset nuorimmat ikäluokat saavat uuden teknologian käyttöönsä vasta sitten kun koti tai koulu tarjoaa heille siihen mahdollisuuden.

Iän lisäksi sukupuoli on edelleen yksi mediankäyttöä ja lukemista erotteleva tekijä. Vaikka erot ovat vuosien kuluessa tasaantuneet, ovat miehet edelleen tutkimuksemme perusteella enemmän kiinnostuneita digitaalisesta pelaamisesta ja teknologiasta sinänsä kuin naiset, jotka puolestaan kommunikoivat ja lukevat kirjallisuutta miehiä aktiivisemmin. Myös Yhdysvalloissa naisopiskelijoiden on havaittu lukevan miespuolisia enemmän (Sheorey & Mokhtari 1994). Joissain muissakin tutkimuksissa on puolestaan todettu miesopiskelijoiden käyttävän sähköisiä oppikirjoja ja lähdekirjallisuutta naisia mieluummin (Karim & Hasan 2007). Sukupuoli ja ikä ovat kuitenkin vain osaselittäjiä. Esimerkiksi henkilökohtaiset ominaisuudet ja mieltymykset vaikuttavat paljon lukemisen tapoihin. Osa ihmisistä on yksinkertaisesti aktiivisempia kuin toiset, kun taas osa on varovaisia uuden omaksumisessa ja kulttuurisissa mauissaan. Aktiivinen ja passiivinen mediankäyttö tuppaaivat kasautumaan samoille henkilöille (Findahl 2012, 58), minkä takia myös yksilölähtöisillä asennetutkimuksilla on merkitystä.

Eniten lukemisen tapoihin vaikuttaa tutkimuksemme perusteella kuitenkin elämäntilanne, joka kattaa kokonaisuutena asuinpaikkaan, työhön, opiskeluun, perheeseen, ystäväverkostoihin, harrastuksiin ja vapaa-aikaan liittyvät tekijät (vrt. myös Kankainen ym. 2010). Elämäntilanne tavallaan liittyy yksilön ja ympäristön rakenteet toisiinsa. Meidän tutkimuksessamme erityisesti opiskeluala kertoi nuorten aikuisten mediankäytön motiiveista ja painotuksista. Elämäntilanteet ja ikävaiheet kulkevat usein käsi kädessä, mikä selittää osaltaan iän merkitystä lukemista erottelevana tekijänä. Useimmiten nuorten aikuisten elämää sävyttää kiire, työ ja perhe, jotka suuntaavat

vapaa-ajan lukemista lyhytkestoiseen viestintään, lyhyisiin teksti-muotoihin ja viihteen kuluttamiseen. Vanhemmilla ikäryhmillä taas on usein enemmän aikaa, mikä mahdollistaa pidempiin teksteihin syventymisen ja keskittyneen lukemisen. Nykyisessä postmodernin ”notkeassa” maailmassa tämäkään ei kuitenkaan ole sääntö, vaan joidenkin vanhempien ihmisten elämäntilanne saattaa muistuttaa nuorten elämänvaihetta ja päinvastoin, jolloin lukemisen tavatkin saattavat mukailla ikävaiheelle epätavallista elämäntilannetta (vrt. Bauman 2002).

6. LUKEMISEN TULEVAISUUS

... mä ainakin tykkään formaattina kirjasta, ettei tarvi kattoo pieneltä ruudulta. En mä usko että kirjat tulee kuolemaan.

(Fokusryhmähaastateltava, mies 24 v.)

Empiirisen tutkimuksen perusteella on vaikea ennustaa lukemisen tulevaisuutta, koska sen avulla päästään käsiksi vain aikalaiskokeemukseen. On selvää, että elämme murrosvaihetta. Onko muutos sitten niin radikaali kuin monissa tulevaisuudenskenaarioissa ennustetaan? Kuoleeko kirja, sulkevatko sanomalehtien toimitukset ovensa lopullisesti? Millä aikataululla muutokset tapahtuvat? Mitä tulee painotuotteiden tilalle? Onko lukeminen kriisissä?

Tutkimuksemme valossa lukeminen sinänsä ei ole kriisissä. Olemme jatkuvasti enemmän tekemisissä erilaisten tekstien kanssa, ja itse asiassa lukeminen laajassa mielessä näyttää lisääntyvän sitä mukaa kuin uusia viestintä- ja mediateknologioita otetaan käyttöön (Ekholm & Repo 2010, 55). Yhä useammin erilaisia tekstejä luetaan mobiililaitteiden avulla, esimerkiksi älypuhelinien tai tablettitietokoneiden näytöiltä. Lukeminen muuttaa muotoaan, kun erilaiset

viestinnälliset tekstimuodot korostuvat painettujen lehtien ja kirjojen kustannuksella, ja lukemiseen tulee uusia ulottuvuuksia, kun tekstit koostuvat yhä useammin erilaisista esittämisen tavoista – kielestä, kuvista, videoista, äänestä – ja sosiaalisesta vuorovaikutuksesta. Mikäli lukeminen ymmärretään sosiokulttuuriseksi toiminnaksi, se ei todellakaan ole kriisissä.

Lukeminen perinteisesti ymmärrettynä yksilöllisenä kognitiivisena taitona ei sekään näyttäisi olevan kriisissä. Vaikka suomalaisnuorten lukemisessa ja tiedonhakutaidoissa on 2000-luvun kuluessa tapahtunut heikentymistä (Sulkunen 2012), nuoret pärjäävät hyvin kansainvälisissä vertailuissa (esim. PISA) ja seikkailevat tänä päivänä melko taidokkaasti multimodaalisten tekstien viidakoissa, joten suureen huoleen ei vielä pitäisi olla aihetta.

Lähinnä huolta voi kantaa lukemisen kriittisten ja analyttisten puolten kehittymisestä, koska ne edellyttävät laajaa sivistystä ja eettistä näkemystä, joita ei opita ainoastaan toisten kanssa kommunikoimalla tai viihdettä kuluttamalla (ks. Herkman 2007). Kun lukeminen muuttuu viestinnälliseksi pikalukemiseksi, pitkät tekstimuodot jäävät paitsioon. Pitkien tekstien lukeminen edellyttää kärsivällisyyttä ja keskittymistä. Nykyinen kiireinen elämänmeno ei tue tällaisten tekstien käyttöä ja lukemista. Seurauksena voi olla ongelmia kielen syntaktisessa hahmottamisessa ja sitä kautta myös laajempien kokonaisuuksien ja rakenteiden ymmärtämisessä. Opettajilta on tihkunut 2000-luvulla viestejä, että tällaiset ongelmat olisivat lisääntyneet koulussa (Harjunen 2011, 39–41; Sulkunen 2011, 42–45; Pahajoki 2011, 86–89). Kärjekkäimmät kriitikot esittävät uuden media- ja viestintäympäristön johtavan hermostollisiin muutoksiin ja pitkäjänteisen, jäsentyneen ja syvällisen ajattelun rappeutumiseen (Carr 2010).

Se, mikä viime kädessä vaikuttaa olevan kriisissä, on kustannusala – ei niinkään lukeminen sinänsä. Ainakin kustannusalan sisällä on toisteltu kriisinäkemystä 2010-luvulla. Näkemykselle on siinä mielessä katetta, että lehtien levikit ja lukijamäärät ovat olleet 2000-luvulla tasaisessa laskussa. Myös kirja-alan indikaattorit ovat

2010-luvulle tultaessa alkaneet näyttää alaspäin: vuosittain julkaistavat kirjananimikemäärät, kirjamyynnin arvo ja kirjojen lainausmäärät ovat kääntyneet ensimmäisen kerran itsenäisen Suomen historiassa laskuun. Painotuotteiden kustannustoiminta näyttäytyy siten pikemminkin auringonlaskun alalta kuin tulevaisuuden rahasammolta, vaikka kustannusalan liiketoiminta vaikuttaa 2010-luvun alussa edelleen ihan kelvolliselta.

Liikevoiton kannalta tilanne ei toistaiseksi ole ollut huolestuttava. Monet suomalaiset lehtitalot takoivat vielä 2010-luvun alussa 10–30 prosentin tuloksia, vaikka niiden ilmoitusmyynti kärsi vuonna 2008 alkaneesta lamasta. Osa tuloksesta selittyy kuitenkin mittavilla kustannusten leikkaamisilla, kuten organisaatiouudistuksilla ja muilla säästöohjelmilla, joiden avulla on onnistuttu pienentämään henkilöstön, tuotannon ja jakelun kustannuksia. On selvää, että painoviestinnän markkinat ovat jo pitkään olleet Suomessa saturoituneet (vrt. Niemi 2007). Vaikka kansa olisi kuinka lukutaitoista ja -intoista, Suomen kokoisilta markkinoilta on vaikea löytää uutta kasvua: määräänsä enempää eivät suomalaiset ehdi lukea.

Alan yritysten kasvu on perustunut jonkin aikaa lähinnä yrityskoon kasvattamiseen, markkinaosuuksien muutoksiin ja uusien liiketoiminnan muotojen etsimiseen. Siinä missä painoviestintä menetti kymmenessä vuodessa 2000–2010 yli kymmenen prosenttia joukkoviestinnän markkinaosuuttaan, sähköinen viestintä kasvatti sitä saman verran. Merkittävä osa kasvusta on koskenut verkkomediaa, jonka arvo markkinoilla kasvoi 15 prosenttia vuosina 2009–2010, kun perinteiset viestinnän alat saivat tyytyä pieneen kasvuun tai taantuivat. (Sauri 2011.) Kun joukkoviestinnän painopiste siirtyy sähköiseen viestintään, myös mainostajat siirtyvät yhä enemmän sähköisille kanaville. Tässä Suomi seuraa kuitenkin vain jälkijunassa kansainvälisiä trendejä.

Lukemisen tulevaisuus kytkeytyy näin ollen monin tavoin verkkoviestinnän kehitykseen. Toisaalta verkkoviestintä määrittää ihmisten lukemisen tapoja ja mediankäyttöä koko ajan enemmän, toisaalta

media-ala satsaa liiketoiminnan kehittämiseen verkkoympäristöissä pitääkseen nykyisenkaltaiset tulokset myös tulevaisuudessa mahdollisina. Paradoksaalisesti nämä satsaukset syövät painotuotteiden tuotanto- ja markkinointipohjaa ja heikentävät samanaikaisesti kustannusalan tulosta. Kustannusala on verkkomedian kanssa ikään kuin puun ja kuoren välissä.

Lukemisen muutokset

Mut sitte taas ku jotain poikkeuksellista tapahtuu, tällaset on kyllä ehdottomasti semmosia nettielämyksiä. Että ollaan oltu töissä ja sitte jotain on tapahtunu, sitte mennään tohon käytävälle mölyään ja, onko jo kaikki nähny sen. Se tapahtuu sekunneissa.

(Fokusryhmähaastateltava, nainen 36 v.)

Todellisuus osoittautuu usein empiirisissä analyyseissa toisenlaiseksi kuin tulevaisuudenskenaariot ovat ennustaneet. Tunnetun väitteen mukaan muutokset ovat tavallisesti hitaampia ja jatkuvuuden merkitys suurempi kuin tulevaisuusvisioiden hype olettaa, mutta toisaalta muutokset ovat pidemmällä aikavälillä radikaalimpia kuin innokkaimmatkaan visionäärit ovat osanneet aavistaa. Vaikka lukemisen tutkimukset kertovat tapahtuvasta muutoksesta, mitkään tulokset eivät toistaiseksi liputa äkillisen muutoksen puolesta. Pitkällä jänteellä muutokset saattavat kuitenkin olla huomattavia. Jo nyt lukeminen on varsin erilaista kuin se oli vaikkapa parikymmentä vuotta sitten.

Lukeminen ymmärretään silti edelleen paljolti yksityiseksi kokemukseksi painotuotteiden parissa, vaikka sosiokulttuurinen lukutaitokäsitys ja uudet lukemisteoriat korostavat lukemisen sosiaalisia ja osallistuvia puolia ja nuoremmat sukupolvet ovat omaksuneet internetin ja sosiaalisen median käytännöt laaja-alaisesti osaksi lukemistaan.

Internetin ja sosiaalisen median tekstikäytännöt mielletään kuitenkin enemmän viestinnäksi kuin lukemiseksi. Voi olla, että ihmisten käsitys lukemisesta alkaa pikku hiljaa uudessa mediaympäristössä muuttua, mikä taas vastavuoroisesti vaikuttaa lukemistottumuksiin. Tällä mentaalisella muutoksella voi olla pitkällä aikavälillä enemmän vaikutusta lukemiseen kuin itse viestintäteknologisilla muutoksilla.

Printtimediaan perustuva kustannustoiminta on selvästi suuren murroksen edessä. Suomalaiset mediatatolot ja kustantajat miettivät paraikaa kilvan, kuinka verkkoviestinnän ja internetin haasteisiin voi tulevaisuudessa vastata ja mitkä olisivat tulevan liiketoiminnan avainalueita. Mediatatolot ja kustannusala kehittelevät sovelluksia verkkoympäristöön sekä itse että kansallisella tasolla esimerkiksi Tekes-rahoitteisissa NextMedia- ja eReading-hankkeissa. Tällä kehitystyöllä voi olla kauaskantoisia seurauksia myös tulevien lukemisen tapojen kannalta. Kysynnän ohella teknologinen ja kulttuurinen tarjonta luovat kehykset tulevalle lukemiselle. Vaikka painotuotteita arvostetaan edelleen korkealle, voi tilanne muuttua 2010-luvun aikana radikaalistikin.

Vasta historiallinen perspektiivi antaa mahdollisuuden muutoksen kokonaisvaltaiseen arviointiin. Muutoksen keskellä eläminen voi synnyttää erheellisen vaikutelman muutosten ainutkertaisuudesta ja voimasta sekä tehdä myös sokeaksi muutokselle. Nuorten aikuisten mediankäyttö on vuonna 2010-luvulla todellakin hyvin erilaista kuin edeltävien sukupolvien mediankäyttö tai vaikkapa heidän itsensä mediankäyttö 1990-luvun lopussa (vrt. Luukka ym. 2001). Teoslähtöisestä ja yhteen viestintävälineeseen keskittyneestä mediankäytöstä on siirrytty monikanavaiseseen simultaanikäyttöön, jossa useat viestimet ovat samanaikaisesti läsnä. Verkkoviestinnän merkitys arjessa ja työssä on räjähtänyt, ja sisällöt ovat korostuneet mediamuodon kustannuksella. Tätä muutosta ei kuitenkaan välttämättä tiedosteta omassa elämässä kovin selkeästi, vaan se tuntuu arkiselta itsestäänselvyydeltä, jonka merkitystä jopa vähätellään.

Esimerkiksi uusien lukemisyhteisöjen diginatiivit ovat sisäistäneet verkkomedian viestintäkäytännöt niin syvällisesti, että ne ovat itsestään selvä osa heidän elämäänsä. Monikanavaisessa simultaanikäytössä ja jatkuvassa online-verkkoyhteisössä elämisessä ei ole heille mitään outoa, vaan se on ”ilmaa, jota hengitetään”. Jos ja kun tällainen viestintätekniikan ja -kulttuurisen eturintaman elämäntapa leviää kaiken kansan keskuuteen, lukemisen muutokset ovat radikaalimpia kuin osaamme kuvitella. Todennäköistä on kuitenkin se, että suuren yleisön joukossa muutokset ovat maltillisia ja tapahtuvat pikku hiljaa. Uusien lukemisyhteisöjen diginatiivit eivät edusta koko Suomen kansaa tai suurta lukevaa yleisöä, mutta heidän kauttaan voi kenties nähdä lukemisen orastavia virtauksia.

Lukemisen jatkuvuudet

*Se, että mä ylipäättään luen lehtiä ja sanomalehtiä,
niin on kyllä sen ansioo, et siihen on oppinu niinku
pienenä.*

(Teemahaastateltava, nainen 32 v.)

Lukemisessa on kuitenkin paljon seikkoja, jotka pitävät yllä pysyvyyttä. Esimerkiksi luottamus painettua kirjaa kohtaan vaikuttaa aineistojemme perusteella vankalta jopa teknologisen eturintaman joukossa. Tulokseen on kuitenkin syytä suhtautua jossain määrin kriittisesti, koska aineistomme saattoi painottaa kirjanrakastajia keskimääräistä enemmän. Kirjan arvostuksessa on myös paljon omaksuttuja uskomuksia, eikä ole täysin varmaa, kuinka tietoisia tutkimukseen osallistuneet ovat kirjapainokulttuurin näistä ulottuvuuksista (vrt. Lehtonen 2001). Kirja kantaa edelleen suorastaan myyttisiä, antiikin kirjanoppineista, filosofian viisauden rakastajista ja valistuksen sivistysihanteista kumpuavia arvoja. Yleisemmin näitä arvoja kannattavat

vanhempien mediasukupolvien edustajat, mutta ne selvästi periytyvät myös jossain määrin nettisukupolven edustajiin. Kukapa ei kirjaa ja kirjojen lukemista arvostaisi? Toinen asia sitten on, kuinka tuo arvostus toteutuu käytännön lukemisessa. On liian varhaista sanoa, ajavatko tutkimukseemme osallistuneet nuoret aikuiset aidosti kirjan asiaa vai onko kyse enemmän mielikuvista, jotka tahtuvat mediaympäristön muutosten myötä.

Kun e-julkaisujen lukemiseen paremmin soveltuvat laitteet leviävät kaiken kansan keskuuteen, painettujen julkaisujen arvovalta saattaa liudentua ja e-julkaisuista tulla niiden osittaisia korvaajia. Varsinaisten lukulaitteiden leviämistä rajoittaa kuitenkin toistaiseksi niiden heikko saatavuus, rajattu käyttöfunktio ja aiemmin mainittu e-kirjavalikoimien suppeus. Todennäköisesti niitä paremmin itsensä lyövät läpi monikäyttöisemmät tablettitietokoneet, joista iPad on 2010-luvun alussa saanut markkinajohtajan aseman. Tämä edellyttää kuitenkin laitteiden hintojen laskua tavallisen käyttöelektroniikan tasolle (Waller 2012). Mikäli Android- tai Windows-käyttöliittymään perustuvat tai muut vastaavat avoimen ympäristön tabletit lyövät lähitulevaisuudessa itsensä läpi ja haastavat hinnallaan iPadin, e-julkaisujen lukeminen tulee yleistymään merkittävästi 2010-luvun kuluessa.

Tämän tutkimuksen valossa painettu kirja tulee kuitenkin tällöinkin säilyttämään arvostetun asemansa. Se on elänyt pitkien kertomusten käyttöliittymänä satoja vuosia, eikä ole näköpiirissä, että kirjan käyttö tällaiseen tarkoitukseen menettäisi merkityksensä. Painettu kirja on myös usein esteettinen tavara, joka halutaan säilyttää hyllyssä. Osa kirjan lumosta ja estetiikasta yksinkertaisesti katoaa, kun se siirretään sähköiselle alustalle. Sanottu koskee erityisesti kaunokirjallisuutta, mutta myös osaa tietokirjallisuudesta. Sähköinen julkaiseminen sopii tämän hetkisen tiedon valossa parhaiten lyhyille tekstimuodoille ja käyttöteksteille, kuten työ- ja oppimateriaaleille. Lukijat arvostavat kirjaa myös ”hiljaisena” mediana ja kaipaavat sähköisen median tuoman hälyn ja informaatioähkyn keskellä kirjan

mahdollistamia rauhoittumisen hetkiä. Painetun kirjan kantamat emotionaaliset merkitykset ja laatuvaikutelma samoin kuin lukijan rauhoittumisen kokemukset ovat elämyksiä, joita muut median muodot eivät pysty välttämättä samalla tavalla tarjoamaan (Shin 2011; Kamhieh ym. 2011).

Sähkökirjan läpilyönti ei itse asiassa ole toistaiseksi onnistunut kovinkaan monessa maassa – ei edes Japanissa, jossa kehitettiin ensimmäiset lukulaitteet jo vuonna 2003. Sähkökirja on menestynyt lähinnä Yhdysvalloissa, jossa Amazonin ja Kindlen yhteistyö on perustunut valtavaan kirjalikoimaan, halpoihin hintoihin ja helppoon käytettävyyteen. Pohjoismaiden pienillä kielialueilla ja markkinoilla tällaisen menestyksen saavuttaminen on huomattavasti vaikeampaa, mutta jos edellä mainitut seikat toteutuvat, e-kirja alkaa myydä nykyistä paremmin. (Ks. Findahl 2012, 18.) Lukulaitteiden ja tablettien leviäminen koko kansan välineiksi vie aikansa. Keskimäärin uuden teknologian todellinen läpimurto vie kahdeksasta kymmeneen vuotta (Waller 2012). Tablettien läpimurtoa voi siten odottaa Suomessa 2010-luvun jälkipuolella. Aikalaiskokemus siitä, että ”mä ja mun kaverit” käyttävät iPadia, saattaa synnyttää vaikutelman tablettien yleisyydestä. Laitteiden leviäminen koko kansan välineiksi on kuitenkin vielä 2010-luvun alkupuolella edessä.

2010-luvun alussa itseään läpi lyövät älypuhelimet, joiden avulla pääsee nettiin. Tämä tuli selväksi keväällä 2012, kun täydensimme kyselyämme ja selvitimme, kuinka moni vastaajista oli hankkinut tai hankkimassa älypuhelimien, lukulaitteen tai tablettitietokoneen. Uusintakyselyyn vastasi noin puolet kyselyn alkuperäisistä vastaajista. Tuosta joukosta yli puolella oli käytössään älypuhelin ja viidesosa aikoi sellaisen hankkia tulevan vuoden aikana. Sen sijaan tablettikone tai lukulaite oli käytössä vajaalla kymmenenneksellä vastaajista, ja suurin piirtein yhtä moni harkitsi sellaisen hankkimista tulevaisuudessa. Osuus oli kasvanut vain hieman vuoden takaisesta, vaikka tablettikoneita markkinoidaan voimakkaasti. TNS Gallupin Mobile Life -kyselyn mukaan älypuhelin oli keväällä 2012 noin 44 prosentilla

ja tabletilaite kuudella prosentilla suomalaisista (Wikström 2012), joten tutkimuksemme osallistuneet nuoret aikuiset olivat näiltä osin jopa hiukan keskiarvoa edellä.

Älypuhelimia ei juuri käytetä kirjojen lukulaitteina. Niitä käytetään ennen muuta internetin selailuun, sähköpostin lukemiseen ja erilaiseen tiedonhakuun, kuten aikataulujen ja kulkureittien selvittämiseen (Tieto- ja viestintätekniikan käyttö 2011). Älypuhelimilla käytetään myös Facebookia ja luetaan jonkin verran lyhyempiä tekstejä, kuten uutisia, mutta varsinaisesti ne eivät kilpaile painotuotteiden kanssa muuta kuin ajankäytön suhteen: pääkaupungin liikennevälineissä näkee 2010-luvun alussa lähes yhtä usein älypuhelimiaan räpläävän kuin ilmaisjakelulehteä lukevan matkustajan. Tekstien lukemiseen paremmin soveltuvilla tabletilaitteilla luetaan lisääntyvässä määrin myös nettilehtiä ja lehtien sähköisiä versioita, mutta kirjojen kanssa ne eivät vielä juurikaan kilpaile.

Myös Gregor Wallerin (2012) esiin nostamissa tutkimuksissa on havaittu, että tietokoneita käytetään ennen muuta päivisin ja työaikana, mutta tabletilaitteiden käyttö keskittyy aamuihin ja erityisesti iltoihin. Näin ollen tabletit kilpailevat tiedonvälityksen ja viihdemedioiden kanssa kuluttajien ajankäytöstä, koska ne soveltuvat erinomaisesti netissä surffailuun. Toisaalta lehtien on myös mahdollista löytää uusia kuluttajapalveluja tablettien avulla. Tablettien käyttö on kuitenkin suureksi osaksi viihteellistä, joten ne eivät välttämättä kilpaile suoraan uutismedian kanssa. Kirjojen lukeminen tablettien avulla ei ole niiden ensisijainen käyttöfunktio, vaikka niiden avulla e-kirjoja voikin lukea mukavammin kuin tietokoneen näytöltä.

Suomessa ja Pohjoismaissa on myös rakenteellisia tekijöitä, jotka pitävät yllä pysyvyyttä lukemisen käytännöissä. Niistä vähäisin ei ole ikärakenne. Suomen ikäpyramidi on nurinkurinen eli ikärakenne on painottunut ikäihmisiin, mikä tuo jatkuvuutta lukemisen käytäntöihin. Sanomalehtisukupolven edustajia on joukossamme runsaasti vielä seuraavat parikymmentä vuotta, ja he tuskin muuttavat mediankäyttötapojaan kovin nopeasti. Lisäksi pohjoismainen mediajärjestelmä

ja mediamarkkinat ovat rakentuneet paljolti tilattavan lehdistön varaan (Hallin & Mancini 2004; Joukkoviestimet 2010, 37–40). Ei ole todennäköistä, että lehdistö romahtaisi hetkessä tällaisessa mediaympäristössä, vaikka painotuotteiden lukeminen jatkuvasti hiukan vähenee ja medioiden markkinaosuudet muuttuvat. Myös korkea pohjoismainen koulutustaso ja kansalaisten suosima ja pitkälle kehittynyt kirjastolaitos pitävät yllä painotuotteiden lukemista Suomessa. Vaikka elämme globaalissa taloudessa, kestää aikansa ennen kuin Piilaakson innovaatiot rantautuvat Suomeen. Kaikki niistä eivät rantaudu tänne koskaan, sillä teknologian läpimenossa on aina kyse myös taloudellisista, kulttuurisista ja sosiaalisista pidäkkeistä (ks. Winston 1998).

Lukeminen 20.20: realistinen skenaario

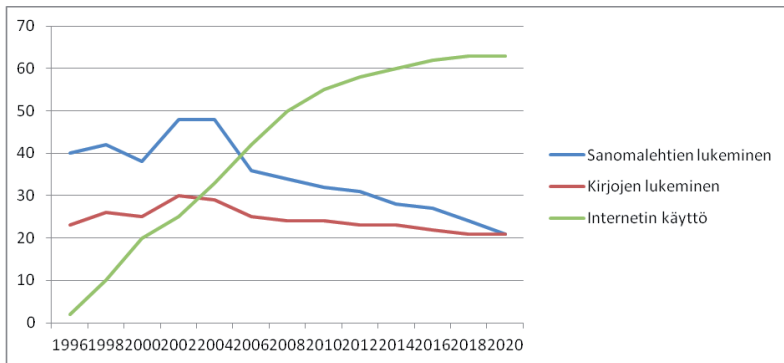
... kyl mä viikonloppunaki luen kaikkee asiajuttuja. Mun mielest siihe enemmän vaikuttaa se, et ooks mä töissä vai vapaalla. Et sillon ku mä oon töissä ni mä teen sullei rutinoituneesti kaikki jutut, mut vapaapäivinä mä en välttämättä pidä esim puhelinta päällä ja en käy kattoo sähköposteja, en välttämättä lue niin paljo uutisii. Et se voi vaikuttaa ehkä enemmän sellanen työrytmi.

(Teemahaastateltava, nainen 24 v.)

Kai Ekholm ja Yrjö Repo päättävät teoksensa *Kirja tienhaarassa vuonna 2020* (2010) kahteen tulevaisuudenskenaarioon, joissa he ennustavat lukemisen ja kustannusalan näkymiä vuonna 2020. Toinen skenaarioista on pessimistinen. Siinä suomalaiset ovat jakautuneet niihin, jotka lukevat, ja niihin, jotka eivät lue. Kustannusala käpertyy sisäänpäin, keskittyä olemassa olevaan yleisöön ja taantuu. Toinen

skenaario on optimistinen ja innovatiivinen. Siinä kustannusala rakentaa yhteisen strategian, jonka avulla se ottaa huomioon verkon haasteet ja suunnittelee uusia lukemisen palveluita vuorovaikutuksessa verkon käyttäjien kanssa.

Tämän tutkimuksen perusteella on mahdollista muotoilla kolmas skenaario, jota voisi nimittää realistiseksi. Se perustuu empiiriseen lukemistutkimukseen Suomessa ja muissa Pohjoismaissa, joiden mediaympäristöt, yhteiskuntajärjestelmät sekä koulutus- ja kulttuuri-ilmastot muistuttavat enemmän toisiaan kuin vaikkapa angloamerikkalaista ympäristöä, johon tulevaisuuden mallit usein perustuvat (ks. Hallin & Mancini 2004; Findahl 2012, 33).



Kuvio 6.1 Ennuste eri viestinten lukemiseen käytettävän ajan kehityksestä (min/vrk)

Realistisen mallin mukaan muutos jatkuu samansuuntaisena, mutta mitään yhtäkkistä hyppäystä täysin uudenlaiseen lukemiseen ei tapahdu, vaan muutokset etenevät sitä mukaa kun mediasukupolvet vanhenevat ja uudet sukupolvet korvaavat edellisiä (ks. kuvio 6.1). Vanhempiin sukupolviin painottuva ikärakenne pitää Pohjoismaissa yllä perinteisiä lukemistottumuksia ja mediakulutuksen tapoja. Myös korkea koulutusaste vahvistaa jatkuvuutta: suuri osa nuorista joutuu

edelleen vuonna 2020 lukemaan perinteisiä painettuja tekstejä osana opintojaan, mikä sosiaalistaa heitä painotuotteiden pariin.

Kuvio 6.1 kuvaa hypoteettisesti lukemisessa 2010-luvulla tapahtuvia muutoksia (2010-luvulle saakka luvut on poimittu Tilastokeskuksen tiedoista). Kuvio mukailee Olle Findahlin selvityksiä ruotsalaislasten ja -nuorten mediankäytöstä. Findahl (2012, 35, 46) osoittaa vastaavilla kuvioilla, että vuoteen 2010 mennessä erilaisten painotuotteiden lukemiseen käytetty aika on pysynyt vuosikymmenien ajan kutakuinkin samana tai hiukan laskenut 2000-luvun kuluessa. Ruotsissa internet alkoi levitä kotikäyttöön samaan aikaan kuin Suomessa: 1990-luvun puolivälissä. Internetin parissa vietetty aika ohitti Suomessa ja Ruotsissa painotuotteiden lukemiseen käytetyn ajan riippuen ikäryhmästä ja painotuotteesta 2000-luvun alkuvuosina. Tämän jälkeen netinkäyttö on jatkuvasti kasvanut, mutta muihin lukemisen muotoihin käytetty aika ei ole samassa suhteessa lähtenyt laskuun.

Findahlin analyysit osoittavat, että internetin käyttö ja muu lukeminen ovat jossain määrin toisistaan irrallisia toimintoja, eikä lisääntyvä netinkäyttö väistämättä tarkoita muiden lukemisen muotojen romahdusta. Ennustemme mukaan lehtien lukeminen jatkaa laskusuhdannettaan, mutta etenkin kaunokirjallisuuden lukemisessa ei tapahdu suuria muutoksia 2010-luvun aikana. Painettujen lehtien lukeminen ei romahda hetkessä, vaan hiipumista tapahtuu pikku hiljaa vastaavalla tavalla kuin on tapahtunut koko 2000-luvun. Keski-Euroopassa päivälehtien levikit ovat järjestelmällisesti hiipuneet 1990-luvulta tähän päivään, mutta vähennys on monissa maissa ollut melko maltillista etenkin aikuisväestön kohdalla (Tilastokeskus 2012, 153). Tilanne myös tasoittuu siltä osin, että netinkäytön kasvaminen alkaa laantua 2020-luvulle tultaessa, kun internet saavuttaa kaikki käyttäjäryhmät.

Tutkimuksemme vahvistaa käsitystä myös siitä, että lukemistotumukset vaihtelevat elämäntilanteen mukana. Olisi omituista, jos nykyisten lasten mediankäyttötavat eivät muuttuisi, kun he varttuvat,

alkavat opiskella, siirtyvät työelämään, perustavat perheen. Aikaisempi mediankäytön tutkimus on osoittanut, että elämäntilanteiden vaihtelu muuttaa myös mediankäytön tarpeita, kiinnostuksen kohteita ja ajankäyttöä (Findahl 2012, 10). Siksi tulevaisuuden mediankäyttöä ei voi täysin ennustaa nuorimpien sukupolvien mediankäytöllä. Toisaalta on myös todennäköistä, että mitä varhemmin lapsi on omaksunut käsityksen siitä, että ”internetissä on kaikki” ja että ”internetin sisällöt ovat vapaasti saatavilla ja ilmaisia”, sitä enemmän tällainen mentaliteetti hallitsee muutakin mediankäyttöä. Sanottu koskee myös perinteisen median kulutusta. Esimerkiksi tuoreista joukkoviestinnän tilastoista käy ilmi, että ilmaislehdet ovat jälleen 2010-luvun alussa kasvattaneet osuuttaan joukkoviestintämarkkinoista 2000-luvun alun notkahduksen jälkeen (Tilastokeskus 2012, 31).

Painettujen lehtien levikit ja lukijamäärät jatkavat melko varmasti pienenemistään. Ainoastaan erilaisten erikoisaikakauslehtien levikit voivat hetkellisesti nousta, kun ne keräävät aiheesta kiinnostuneen yleisösegmentin lukijoita. Vaikka lukijamäärien lasku ei ole yhtäkkistä, lehtitalojen tuotto-odotukset johtavat edelleen kulujen karsimiseen ja tuoton etsimiseen muista lähteistä, kun lukijamäärien väheneminen pienentää tilaus- ja irtomyyntiä sekä mainostajien kiinnostusta. Mainonta siirtyy pikku hiljaa nettiin, joka tuottaa mediataloille myös lisääntyvässä määrin tuloja. Lehtitalot yrittävät muuttaa vanhoja verkkopalvelujaan maksullisiksi ja kehittävät uusia maksullisia verkkosovelluksia. Osa verkon käyttäjistä ei suostu maksullisuuteen, mutta maksulliset palvelut alkavat myös pikku hiljaa tuottaa voittoa. Näin ollen ne lehtitalot, joilla on resursseja olla mukana kehittämässä verkkomainontaa ja sähköisiä palveluja, voivat kompensoida painotuotteista menetetyn tulovirran ainakin osittain uusilla ansaintamuodoilla.

Kirja säilyttää arvostuksensa, ja etenkin kaunokirjallisuus voi edelleen hyvin. Kirjallisuudentutkija Juhani Niemi (2007) spekuloi jokunen vuosi sitten, julkaistaanko Suomessa liikaa kirjallisuutta, ja saattaakin olla, että koko 1900-luvun kestäneen pitkän kasvun kauden

jälkeen nimikemäärät ja levikit asettuvat pienempiin lukemiin. Kasvu on enimmäkseen ollut tietokirjallisuuden ansiota, sillä kaunokirjallisuuden julkaisumäärät ovat pysytelleet suhteellisesti samalla tasolla 1990-luvulta lähtien (Niemi 2007). Tiedonhaun siirtyessä sähköisiin kanaviin on luonnollista, että tietokirjallisuuden volyymit pienenevät. Painettu kaunokirjallisuus kuitenkin pitänee pintansa.

Sähköiset lukulaitteet, älypuhelimet ja tablettitietokoneet leviävät kaiken kansan pariin, mutta ne eivät korvaa painettua kirjaa pitkien tekstien käyttöliittymänä. On kuitenkin olemassa paljon käyttötekstejä, joita ihmiset haluavat lukea mutta eivät välttämättä halua säilöä painetussa muodossa. Opiskeluun ja työhön liittyvät kirjat ovat usein tällaisia julkaisuja, samoin dekkarien ja viihdekirjallisuuden kaltaiset lukemistot, joita luetaan viihtymismielessä mutta joiden esinestuksella ei usein ole lukijoille niin suurta merkitystä. Tällaiset kirjat löytävät varmasti paikkansa e-julkaisujen markkinoilla.

Paperilta lukeminen liittyy myös sähköisten lähteiden käyttöön erityisesti opiskelussa ja akateemisessa työskentelyssä. Esimerkiksi vuonna 2004 julkaistun tutkimuksen mukaan internetin käyttäjät lukivat erilaisia verkossa julkaistuja dokumentteja lukuisilla tavoilla. Lehtiartikkeleja tulostettiin usein, kun taas verkkouutisia, uutiskirjeitä ja tuotearvioita luettiin enimmäkseen vain tietokoneen näytöltä. Internetiä eri juurikaan käytetty kaunokirjallisuuden lukemiseen. Tulostamiseen vaikuttivat eniten dokumentin koko, tarkeys ja käyttötarkoitus. (Shaikh ym. 2004.) Pitkät ja tärkeiksi koetut tekstit halutaan lukea ja tallentaa paperimuodossa. Vaikka erilaisilta näytöiltä lukeminen lisääntyy jatkuvasti, myös osa käyttöteksteistä kulutetaan jatkossakin paperimuodossa.

Tutkimuksessamme haastateltu kirjojen lukupiiri esitti mielenkiintoisia visioita e-kirjojen vuokrauspalvelusta, jossa kirjan lukuaikeudesta tietyltä ajalta maksetaan mutta jossa kirjaa ei tarvitse ostaa omaksi (vrt. Ekholm & Repo 2010, 103–104). Tämän tyyppiset palvelut saattavat yleistyä tulevaisuudessa, kun e-kirjan tietoturvaan, tekijänoikeuksiin ja käytettävyyteen liittyvät ongelmat saadaan rat-

kaistuksi. Esimerkiksi Otavamedian Luekirja.fi perustettiin jo vuonna 2010 sähkökirjojen vuokrauspalveluksi. Toistaiseksi palvelujen ongelma on kuitenkin ollut se, että tutkimukseemme osallistuneen lukupiirin tapainen lukemisyhteisö ei voi noin vain itse päättää, minkä kirjan se haluaa vuokrata, vaan sen on tyydyttävä palveluntarjoajan melko suppeisiin valikoimiin. Niinpä lukupiiri hankki kirjansa mieluummin painettuna, koska silloin se sai mitä halusi.

Lyhyemmät tekstimuodot, kuten journalismi, ovat selvästi ongelmissa jo nyt nuorten mediasukupolvien lukutottumusten kanssa. Nettisukupolvi on tottunut internetin ilmaistarjontaan ja nopeuteen ja vähentänyt sanomalehtien lukemista (Tilastokeskus 2010). Uutismedian on vaikea kilpailla nopeudessa esimerkiksi sosiaalisen median kanssa, minkä takia uutistalot ovatkin alkaneet toimia sen kanssa yhteistyössä. Monet tutkimukseen osallistuneet eivät olleet valmiita maksamaan mitään verkkojulkaisuista, koska netin tarjonta riitti heille muutenkin. Toisaalta kuitenkin merkittävä osa tutkittavista oli myös valmis maksamaan tulevaisuudessa verkossa julkaistuista sisällöistä, kunhan taloudellinen tilanne antoi siihen mahdollisuuksia ja sisältö tarjosi erilaista ja erityistä vastinetta rahalle. Maksettavan verkkojulkaisun pitäisi siis ottaa käyttöliittymä huomioon ja sen tulisi tarjota sellaista sisältöä, jota muuten ei ole saatavissa.

Lukulaitteiden ja tablettien leviäminen mahdollistaa myös os-topalvelujen lisäämisen, koska niitä ei mielletä – ainakaan vielä – samalla tavoin internetin ilmaiskulttuurin piiriin. Näihin laitteisiin on helpompi räätälöidä netissä teostyyppisiä sisältöjä, joista voi ottaa yksikkökohtaisen maksun. Tosin siirtyminen HTML5-järjestelmään levittää internetin avoimet sisällöt myös tablettitietokoneisiin ja älypuheliin. Tämän tutkimuksen perusteella nimenomaan älypuhelimet leviävät kovaa vauhtia nuorten aikuisten käyttöön, jossa korostuu netin ilmaistarjonnan ja henkilöviestinnän merkitys. Älypuhelimet eivät kuitenkaan välttämättä kilpaile suoraan painettujen tekstien kanssa, koska niitä käytetään ennen muuta viestimiseen ja tiedonhakuun. Tablettien ja lukulaitteiden todellinen läpilyönti odottaa

vielä tulokaan, ja ne leviävät todennäköisesti laajemmin suomalaisten käyttöön 2010-luvun loppupuolella.

Merkittävä lukemismahdollisuuksia lisäävä ulottuvuus e-julkaisuissa on vanhojen, jo aiemmin julkaistujen materiaalien saaminen kuluttajien käyttöön. Esimerkiksi painettujen kirjojen elinkaari on jatkuvasti lyhentynyt. Monia muutaman vuoden takaisia kirjoja on mahdollista ostaa kirjakaupasta. E-julkaisujen kauppa laajentaa siten painotuotteiden ”pitkän hännän” (*long tail*) markkinoita, joista voi muodostua tulevaisuudessa tärkeä tulonlähde kustantamoille (ks. Ekholm & Repo 2010, 119–120). Osa tutkimukseen osallistuneista kiitti myös avoimien digitaalisten arkistojen tuloa verkkoympäristöön. Ne laajentavat vanhojen tekstien lukemismahdollisuudet kaikkien ulottuville.

Lisääntyvä osa työhön ja opiskeluun liittyvästä lukemisesta siirtyy myös Suomessa sähköisiin ympäristöihin, koska koulut ja työpaikat ottavat niitä käyttöönsä. Kustantajat alkavat panostaa sähköisten oppimateriaalien tuottamiseen, mikä korvaa niiden tulovirrassa painetun oppi- ja tietomateriaalin menetyksiä (ks. myös UCL 2008). Vuonna 2020 puolet Suomen kouluista on siirtynyt sähköisten oppikirjojen käyttöön, ja kaikki merkittävät oppimateriaalintuottajat tekevät oppikirjansa pääosin sähköisinä. Tämä on paljon sanottu, sillä vielä vuonna 2011 digitaalisten julkaisujen osuus tietokirjamyynnistä oli noin 12 prosenttia, peruskoulun oppikirjojen myynnistä vajaat kuusi prosenttia ja lukion oppikirjojen myynnistä vain vajaat prosentit. Digitaalisten julkaisujen kasvuprosentit ovat kuitenkin niin huimia, että on syytä olettaa kehityksen jatkuvan ja painopisteen muuttuvan kohti sähköisiä julkaisuja. (Kustannus 2012.)

Uudessa verkkoympäristössä on korostunut viestinnällinen toiminta, jossa ihmiset ovat koko ajan enemmän toistensa kanssa yhteydessä ja vuorovaikutuksessa. Kun pidäkkeitä viestinnän aika- ja tilarajoituksista ovat poistuneet, ihminen sosiaalisena eläimenä on noussut uuteen kukoistukseen. Siirtyminen sosiokulttuuriseen lukutaitokäsitykseen kertoo nimenomaan tästä muutoksesta. Lukemisen

kohteet ovat yhä enemmän henkilö- ja yhteisöviestintään liittyviä tekstejä ja lukeminen silmäilevää pikatulkintaa (vrt. UCL 2008).

Perinteisesti mediankäyttötutkimukset ovat osoittaneet, että eri mediankäytön tavat eivät välttämättä kilpaile keskenään. Paljon mediaa käyttävät kuluttavat kaikkia mediamuotoja, ja passiiviset ovat laaja-alaisesti passiivisia (Findahl 2012, 34). Kuitenkin nyt alkaa näyttää siltä, että älypuhelimien ja internetin käyttö syövät aikaa muulta mediankäytöltä. Teoslähtöisestä kuluttamisesta siirrytään viestinnälliseen ja vuorovaikutteiseen tilaan, jossa yksittäiset tekstit virtaavat lukijalta toiselle. Jatkuvasti toistensa kanssa kommunikoivien nuorten maailmassa maksulliset sisällöt ja perinteinen keskittynyt lukeminen saattavat jäädä kakkoseksi. Keskittynyt lukeminen koetaan liian raskaaksi uudessa mediaympäristössä, jossa kiva viihde ja ”laiska” pikalukeminen ovat paljon mukavampia aktiviteetteja. Tästä näkökulmasta kustannusalan olennaisimmalta kysymykseltä on vaikuttanut se, löytyykö tulevasta sisällöntuotannosta kaupallisia innovaatioita, jotka luiskahtavat luontevasti viestinnällisen pikalukemisen maailmaan.

Painetun kirjallisuuden kultakausi sijoittuu historiallisesti 1800-luvun puolivälistä 1900-luvun puoliväliin. Sähköisen median nousun myötä saatetaan palata tilaan, jossa pieni määrä väestöstä on aktiivisia lukijoita, ”kirjanoppineita”. Mikäli lukeminen määritellään laajemmin myös digitaalisten tekstien käytöksi, voi lukeminen uuden viestintätekniikan välityksellä kuitenkin lisääntyä entisestään. Digitaalisten välineiden käyttäjät ovat usein myös lukijoita. (Griswold ym. 2011.) Viihdelukeminen tuskin kuolee, vaikka tiedonhaku siirtyisikin sähköisiin ympäristöihin.

Monet pelkäävät lukutaidon ja kirjoittamisen kuolemaa (Harjunen 2011; Sulkunen 2011, 42; 39; Pahajoki 2011, 88). Käytännössä pelko kohdistuu ennen muuta siihen, että totutut kirjoittamisen ja lukemisen tavat kuolevat (Gee & Hayes 2011, 21). Digitaalisessa maailmassa kaikenlainen lukeminen ja kirjoittaminen näyttävät kuitenkin lisääntyvän ja saavan erilaisia muotoja. Lukeminen muuttuu multi-

modaalisuuden kautta lähemmäksi muita maailman havaitsemisen tapoja. Vaikka verkkoviestintä on monin tavoin mullistanut lukemisen tapoja, meidän tutkimuksemme ei tue skenaarioita painetun sanan tai perinteisen lukemisen kuolemasta. Empiiriset aineistot osoittavat lukemisen moninaistumisen ja rikkauden, mutta ne myös kertovat edelleen kirjakulttuuriin liittyvän perinteisen lukemisen vankasta arvostuksesta. Lukemista kannattaa edelleen lähestyä enneminkin sisältö kuin lukemisen teknologia edellä.

KIRJALLISUUS

- 15/30 Research (2011) *Suomalaiset verkossa*. [Http://www.1530.fi/2011/02/1530-research-yle-suomalaiset-verkossa/](http://www.1530.fi/2011/02/1530-research-yle-suomalaiset-verkossa/) (haettu 25.3.2012).
- Aalto, Tuija & Marylka Yoe Uusisaari (2009) *Nettielämää: Sosiaalisen median maailmat*. Helsinki: BTJ.
- Alanen, Aku (2011) Suomi on kirjastojen käytön kärkimaa. Kuinka kauan vielä? Tilastokeskus: Helsinki. [Http://www.stat.fi/artikkelit/2011/art_2011-06-30_001.html?s=1](http://www.stat.fi/artikkelit/2011/art_2011-06-30_001.html?s=1) (haettu 15.8.2012).
- Alasuutari, Pertti (2009) Snobismista kaikkiruokaisuuteen: musiikkimaku ja koulutustaso. Teoksessa Mirja Liikkanen (toim.) *Suomalainen vapaa-aika*. Helsinki: Gaudeamus, 81–100.
- Anderson, Benedict (2007 [1983]) *Kuvitellut yhteisöt. Nationalismin alkuperän ja leviämisen tarkastelua*. Suom. Joel Kuortti. Tampere: Vastapaino.
- Aula, Pekka, Janne Matikainen & Mikko Villi (toim.) (2006) *Verkkoviestintäkirja*. Helsinki: Yliopistopaino/Palmenia.
- Bailey, Steve (2008) *Managing the Crowd: Rethinking Records Management for the Web 2.0 World*. London: Facet.
- Bakhsi, Hasan, Eric McVittie & James Simmie (2008) *Do the creative economies support innovation in the wider society?* Research report: February 2008. London: NESTA.
- Baudrillard, Jean (1988) Simulacra and Simulations. Teoksessa Jean Baudrillard *Selected Writings*, 166–184. Toim. Mark Poster. Stanford CA: Stanford University Press.
- Bauman, Zygmunt (2002) *Notkea moderni*. Suom. Jyrki Vainonen. Tampere: Vastapaino.
- Bird, S. Elizabeth (2003) *The Audience in Everyday Life: Living in a Media World*. New York: Routledge.
- Braguglia, Kay (2005) Reading Habits of Business Students. *Journal of College Teaching & Learning*, 2:3, 67–72.
- Brint, Steven (2001) Gemeinschaft Revisited: A Critique and Reconstruction of the Community Concept. *Sociological Theory* 19:1, 1–23.
- Carr, Nicholas (2010) *The Shallows. What the Internet is Doing to Our Brains*. New York & London: W.W. Norton & Company.
- Castells, Manuel (1996) *The Rise of the Network Society*. Cambridge (Mass.): Blackwell.
- Cazden, Courtney, Bill Cope, Norman Fairclough, Jim Gee, Mary Kalantzis, Gunther Kress, Allan Luke, Carmen Luke, Sarah Michaels & Martin Nakata (The New London Group) (1996) A Pedagogy of Multiliteracies: Designing Social Futures. *Harvard Educational Review* 66:1, 60–93.

- Collinson, Ian (2009) *Everyday Readers: Reading and Popular Culture*. London: Equinox.
- Connell, Caroline, Lauren Bayliss & Whitney Farmer (2012) Effects of eBook Readers and Tablet Computers on Reading Comprehension. *International Journal of Instructional Media* 39:2, 131–140.
- Cope, Bill & Mary Kalantzis (2002) *Multiliteracies: Literacy Learning and the Design of Social Futures*. London: Routledge.
- Debord, Guy (2005 [1967]) *Spektaakkelin yhteiskunta*. Suom. Tommi Uschanov. Helsinki: Summa.
- Dijck, José van (2009) Users like you? Theorizing agency in user-generated content. *Media, Culture & Society* 31:1, 41–58.
- Ekholm, Kai & Yrjö Repo (2010) *Kirja tienhaarassa vuonna 2020*. Helsinki: Gaudeamus.
- Elfving, Sari (2008) *Taikalaatikko ja tunteiden tulkit*. Tampere: Tampere University Press.
- eMarketer (2012) Android Takes Majority Smartphone Share Across Western Europe (9.8.2012). <http://www.emarketer.com/Article.aspx?R=1009252&cecid=a6506033675d47f881651943c21c5ed4#RQZ9VpLwWd8MdlMi.99> (haettu 14.8.2012).
- Eskola, Katarina (2009) Väinö Linna ja suomalaisten muut kirjailijasuosikit vuosituuhannen taitteessa. Teoksessa Mirja Liikkanen (toim.) *Suomalainen vapaa-aika*. Helsinki: Gaudeamus, 123–160.
- Eskola, Katarina (1990) *Lukijoiden kirjallisuus Sinuhesta Sonja O:hon*. Helsinki: Tammi.
- Eskola, Katarina (1979) *Suomalaiset kirjanlukijoina*. Helsinki: Tammi.
- Eskola, Katarina (1972) *Ei kirjaa ilman lukijaa: raportti kirjallisuuden julkisesta ja yksityisestä vastaanotosta*. Helsinki: Tammi.
- Findahl, Olle (2012) *Barn och ungas medianvändning i Internet-världen*. Göteborg: Nordicom.
- Finnpanel (2012) Tv-mittaritutkimuksen tuloksia. <http://www.finnpanel.fi/tulokset/tv.php> (haettu 25.3.2012).
- Fiske, John (1989) *Reading the Popular*. London: Unwin Hyman.
- Food, Alison (2012) Huge rise in ebook sales offsets decline in printed titles. *The Guardian* 2.5.2012. <http://www.guardian.co.uk/books/2012/may/02/rise-ebook-sales-decline-print-titles?newsfeed=true> (haettu 15.8.2012).
- Fornäs, Johan (1999) *Kulttuuriteoria. Myöhäismodernin ulottuvuuksia*. Suom. Mikko Lehtonen ja muut. Tampere: Vastapaino.
- Gee, James Paul & Elisabeth Hayes (2011) *Language and Learning in the Digital Age*. Abingdon: Routledge.
- Gil-Flores, Javier, Juan-Jesus Torres-Gordillo & Victor-Hugo Perera-Rodriguez (2012) The role of online reader experience in explaining students' performance in digital reading. *Computers & Education*. 59:2, 653–660.

- Griswold, Wendy, Elizabeth Lenaghan & Michelle Naffziger (2011) Readers as Audiences. Teoksessa Virginia Nightingale (toim.) *The Handbook of Media Audiences*. Basingstoke: Wiley-Blackwell, 19–40.
- Griswold, Wendy, Terry McDonnell & Nathan Wright (2005) Reading and the reading class in the twenty-first century. *Annual Review of Sociology*, 31, 127–141.
- Hallin, Daniel C. & Paolo Mancini (2004) *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Harjunen, Elina (2011) Lukeminen – etuoikeus ja onnen edellytys. Teoksessa Kimmo Suomi & Katriina Kajannes (toim.) *Ymmärrys hoii! Kirja, läppäri ja muuttuva oppiminen*. Joensuu: Kustannusosakeyhtiö Hai.
- Haverinen, Eeva (2008) Yhteisöllistä rajankäyntiä ja kulttisuhteita osoitteessa www.sylviaplathforum.com. Teoksessa Kaarina Nikunen (toim.) *Fanikirja. Tutkimuksia nykyculttuurin fani-ilmiöistä*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, 17–42.
- Heikkilä, Harri (2011) eReading User Experiences: eBook Devices, Reading Software & Contents. Teoksessa Jan Kallenbach (toim.) *eReading: Media Use, Experience & Adoption*. NextMedia-raportteja. Aalto-yliopisto: Helsinki. http://virtual.vtt.fi/virtual/nextmedia/Deliverables-2010/D1.1.4.2_D1.1.4.3_D1.1.4.4%20eReading_Media_Use,%20Experience%20and%20Adoption.pdf (haettu 15.8.2012).
- Herkman, Juha (2011) *Politiikka ja mediajulkisuus*. Tampere: Vastapaino.
- Herkman, Juha (2010) Median markkinointuminen, millenniaalit ja mediakasvatus. Teoksessa Marjo Meriranta (toim.) *Mediakasvatuksen käsikirja*. Kuopio: Unipress, 63–85.
- Herkman, Juha (2009) The Structural Transformation of the Democratic Corporatist Model: The Case of Finland. *Javnost – The Public* 16:4, 73–90.
- Herkman, Juha (2007) *Kriittinen mediakasvatus*. Tampere: Vastapaino.
- Herkman, Juha (2001) *Audiovisuaalinen mediakulttuuri*. Tampere: Vastapaino.
- Herkman, Juha & Eliisa Vainikka (2012) Uudet lukemisyhteisöt, uudet lukutavat. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Hietala, Veijo (1996) *Ruudun hurma. Johdatus tv-kulttuuriin*. Helsinki: Yle-opetuspalvelut.
- Hodkinson, Paul (2007) Interactive Online Journals and Individualization. *New Media & Society* 9:4, 625–650.
- Horkheimer, Max & Theodor W. Adorno (2008 [1944]) *Valistuksen dialektiikka. Filosofisia sirpaleita*. Suom. Veikko Pietilä. Tampere: Vastapaino.
- Hujanen, Jaana (2006) Yleisön palvelu markkinaehtoistuvan median journalistien itseymmärryksessä. *Tiedotustutkimus* 27:4–5, 38–55.

- Ito, Mizuko, Sonja Baumer, Matteo Bittanti, danah boyd, Rachel Cody, Becky Herr-Stephenson, Heather A. Horst, Patricia G. Lange, Dilan Mahendran, Katynka Z. Martínez, C. J. Pascoe, Dan Perkel, Laura Robinson, Christo Sims, Lisa Tripp (2010) *Hanging out, messing around, and geeking out: Kids living and learning with new media*. Cambridge, MA, USA: MIT Press.
- Jenkins, Henry (2008) *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Jenkins, Henry, Katie Clinton, Ravi Purushotma, Alice J. Robison, Margaret Weigel (2006) *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Chicago: The MacArthur Foundation. http://digitallearning.macfound.org/atf/cf/%7B7E45C7E0-A3E0-4B89-AC9C-E807E1B0AE4E%7D/JENKINS_WHITE_PAPER.PDF (haettu 27.3.2012).
- Jensen, Joli (1992) Fandom as Pathology: The Consequences of Characterization. Teoksessa Lisa A. Lewis (toim.) *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*. London: Routledge, 9–29.
- Johnsson-Smaragdi, Ulla & Annelis Jönsson (2006) Book Reading in Leisure Time: Long-Term changes in young peoples' book reading habits. *Scandinavian Journal of Educational Research* 50:5, 519–540.
- Jyrkiäinen, Jyrki (1994) *Sanomalehdistön keskittyminen*. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Kalantzis, Mary (1995) The new citizen and the new state. Teoksessa Wayne Hudson & John Kane (toim.) *Rethinking Australian citizenship*. Sydney: University of New South Wales Press, 99–110.
- Kallenbach, Jan (toim.) (2011) *eReading: Media Use, Experience & Adoption*. NextMedia-raportteja. Aalto-yliopisto: Helsinki. http://virtual.vtt.fi/virtual/nextmedia/Deliverables-2010/D1.1.4.2_D1.1.4.3_D1.1.4.4%20eReading_Media_Use,%20Experience%20and%20Adoption.pdf (haettu 15.8.2012).
- Kallinen, Kari, Jan Kallenbach & Niklas Ravaja (2011) eReading User Experiences: Content Types & Presentation Style. Teoksessa Jan Kallenbach (toim.) *eReading: Media Use, Experience & Adoption*. NextMedia-raportteja. Aalto-yliopisto: Helsinki. http://virtual.vtt.fi/virtual/nextmedia/Deliverables-2010/D1.1.4.2_D1.1.4.3_D1.1.4.4%20eReading_Media_Use,%20Experience%20and%20Adoption.pdf (haettu 15.8.2012).
- Kamhieh, Celine, Shaikha Al Hameli, Ayesha Al Hammadi, Nada Al Hammadi, Iman Nawfal, Athra Al Zaabi & Khulood Khalfan (2011) Becoming readers: our stories. *Education, Business and Society: Contemporary Middle Eastern Issues*, 4:2, 114–119.
- Kang, Yen-Yu, Mao-Jiun J. Wang & Rungtai Lin (2009) Usability evaluation of E-books. *Displays* 30:2, 49–52.

- Kangas, Sonja, Anniina Lundvall & Sara Sintonen (2008) *Lasten ja nuorten mediamaailma päähkinänkuoressa*. Helsinki: Liikenne- ja viestintäministeriö.
- Kankainen, Anu, Mikko Prami & Jaana Piirainen (2010) *Ubimedia User Study Report: Seniors and Young Parents*. NextMedia-raportteja. HIIT: Helsinki. http://virtual.vtt.fi/virtual/nextmedia/Deliverables-2010/D2.1.1.2.a_Ubimedia_UserMotivationsandNeeds.pdf (haettu 15.8.2012).
- Kansallinen mediatutkimus (2010) Tiedote. <http://www.levikintarkastus.fi/mediatutkimus/KMT%20Lukija%20-tiedote%20sysyskuu%202011.pdf> (haettu 25.3.2012).
- Kantola, Anu (toim.) (2011) *Hetken hallitsijat. Julkinen elämä notkeassa yhteiskunnassa*. Helsinki: Gaudeamus.
- Karim, Nor Shahriz Abdul & Amelia Hasan (2007) Reading habits and attitude in the digital age: Analysis of gender and academic program differences in Malaysia. *The Electronic Library*, 25:3, 285–298.
- Karvinen, Juho & Frans Mäyrä (2011) *Pelaajabarometri 2011: Pelaamisen muutokset*. Tampere: Tampereen yliopisto. http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/65502/pelaajabarometri_2011.pdf?sequence=1 (haettu 15.8.2012).
- Kiili, Carita (2012) *Online Reading as an Individual and Social Practice*. University of Jyväskylä: Jyväskylä. <http://dissertations.jyu.fi/studeduc/9789513947958.pdf> (haettu 28.8.2012).
- Kress, Gunther (2003) *Literacy in the New Media Age*. London: Routledge.
- Kress, Gunther & Theo van Leeuwen (2001) *Reading Images. The Grammar of Visual Design*. London: Routledge.
- Kupiainen, Reijo & Sara Sintonen (2009) *Medialukutaidot. Osallistuva mediakasvatus*. Helsinki: Palmenia.
- Kustannus (2012) Suomen Kustannusyhdistyksen tilastot. <http://tilastointi.kustantajat.fi/PublicReporting/Yearly.aspx?language=FIN> (haettu 15.5.2012).
- Laine, Janne & Timo Kuula (2012) *Social reading concept*. NextMedia-raportteja. VTT: Helsinki. http://virtual.vtt.fi/virtual/nextmedia/Deliverables-2011/D%201.1.4.3_2%20SocialReading.pdf (haettu 15.8.2012).
- Lankshear, Colin & Michele Knobel (2006) *New Literacies: Everyday Practices and Classroom learning*. Buckingham: Open University Press.
- Lankshear, Colin, James Paul Gee, Michele Knobel & Chris Searle (2002) *Changing Literacies*. Philadelphia: Open University Press.
- Leadbeater, Charles (2008) *We-Think. Mass Innovation, Not Mass Production*. London: Profile Books.
- Lehtonen, Heikki (1990). *Yhteisö*. Tampere: Vastapaino.

- Lehtonen, Mikko (2001) *Post scriptum. Kirja medioitumisen aikakaudella*. Tampere: Vastapaino.
- Lehtonen, Mikko (1999) Ei kenenkään maalla – teesejä intermediaalisuudesta. *Tiedotustutkimus* 22:2, 4–21.
- Lehtonen, Mikko, Olli Löytty & Petri Ruuska (2004) *Suomi toisin sanoen*. Tampere: Vastapaino.
- Leino, Kaisa (2006) Reading the Web—Students’ Perceptions about the Internet. *Scandinavian Journal of Educational Research*, 50:5, 541–557.
- Leino, Kaisa & Kari Nissinen (2012) Verkkolukutaito ja tietokoneen käyttö PISA 2009-tutkimuksessa. Teoksessa Sari Sulkunen & Jouni Välijärvi (toim.) *PISA09. Kestääkö osaamisen pohja?* Opetus- ja kulttuuriministeriö: Helsinki. <http://www.minedu.fi/OPM/Julkaisut/2012/PI-SA09.html> (haettu 14.8.2012), 62–76.
- Leu, Donald, Charles Kinzer, Julie Coiro & Dana Cammack (2004) Toward a theory of new literacies emerging from the internet and other information and communication technologies. Teoksessa Robert Ruddell & Norman Unrau (toim.) *Theoretical Models and Processes of Reading*. Newark: International Reading Association, 1570–1613.
- Levine-Clark, Michael (2006) Electronic book usage: a survey at the University of Denver. *Libraries and the Academy* 6:3, 285–299.
- Levikintarkastus (2012) Levikkitilastot. Levikintarkastus Oy: Helsinki. <http://www.levikintarkastus.fi/levikintarkastus/tilastot.php> (haettu 28.8.2012).
- Liikkanen, Mirja (2009) Suomalaisen makukulttuurin erityispiirteitä. Teoksessa Mirja Liikkanen (toim.) *Suomalainen vapaa-aika*. Helsinki: Gaudeamus, 161–200.
- Liikkanen, Mirja, Riitta Hanifi & Ulla Hannula (toim.) (2005) *Yksilöllisiä valintoja, kulttuurien pysyvyyttä: vapaa-ajan muutokset 1981–2002*. Helsinki: Tilastokeskus.
- Lister, Martin, Jon Dovey, Seth Giddings, Iain Grant & Kieran Kelly (2003) *New Media: A Critical Introduction*. London: Routledge.
- Liu, Ziming & Xiaobin Huang (2008) Gender differences in the online reading environment. *Journal of Documentation*, 64:4, 616–626.
- Long, Elizabeth (2003) *Book Clubs. Women and the Uses of Reading in Everyday Life*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Luukka, Minna-Riitta, Sari Pöyhönen, Ari Huhta, Peppi Taalas, Mirja Tarnanen & Anna Keränen (2008) *Maailma muuttuu – mitä tekee koulu? Äidinkielen ja vieraiden kielten tekstikäytännöt koulussa ja vapaa-ajalla*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Luukka, Minna-Riitta, Jaana Hujanen, Anu Lokka, Tuija Modinos, Sari Pietikäinen & Annikka Suoninen (2001) *Mediat nuorten arjessa. 13–19-vuotiaiden nuorten mediakäytöt vuosituhatosen vaihteissa*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

- Lyotard, Jean-Francois (1985) *Tieto postmodernissa yhteiskunnassa*. Suom. Leevi Lehto. Tampere: Vastapaino.
- Maffesoli, Michel (1995) *Maailman mieli. Yhteisöllisen tyylin muodoista*. Suom. Mika Määttänen. Helsinki: Gaudeamus.
- Majava, Jere (2006) Kohti sosiaalista verkkoa. Teoksessa Pekka Aula, Janne Matikainen, Mikko Villi (toim.) *Verkkoviestintäkirja*. Helsinki: Yliopistopaino/Palmenia, 87–98.
- Mannheim, Karl (1952 [1928]) The Problem of Generations. Teoksessa Karl Mannheim *Essays on the Sociology of Knowledge*. London: Routledge & Kegan Paul, 276–322.
- Manovich, Lev (1999) Mitä on digitaalinen elokuva? Teoksessa Aki Järvinen & Ilkka Mäyrä (toim.) *Johdatus digitaaliseen kulttuuriin*. Tampere: Vastapaino, 205–225.
- Matikainen, Janne (2011a) Yleisöjen sukupolvet – vastaanottajista tuottajiin? Teoksessa Janne Matikainen (toim.) *Muuttuvat mediat – haasteelliset sukupolvet*. Helsinki: Infor, 14–32.
- Matikainen, Janne (2011b) Johdanto. Teoksessa Janne Matikainen (toim.) *Muuttuvat mediat – haasteelliset sukupolvet*. Helsinki: Infor, 7–11.
- Matikainen, Janne (2009) *Sosiaalisen ja perinteisen median rajalla*. Helsinki: Helsingin yliopisto.
- Matikainen, Janne (2008) *Verkko kasvattajana. Mitä aikuisen tulisi tietää ja ajatella verkosta?* Helsinki: Palmenia.
- Mokhtari, Kouider, Carla A. Reichard & Anne Gardner (2009) The Impact of Internet and Television Use on the Reading Habits and Practices of College Students. *Journal of Adolescent & Adult Literacy* 52:7, 609–619.
- Negroponte, Nicholas (1996) *Digitaalinen todellisuus*. Helsinki: Otava.
- NextMedia (2012) A Tivit Programme. [Http://www.nextmedia.fi/](http://www.nextmedia.fi/) (haettu 25.3.2012).
- Niemi, Juhani (2007) Tekijät ja lukijat muuttuvilla markkinoilla. Teoksessa Tarja-Liisa Hypén (toim.) *Kirjan matka tekijöiltä lukijoille: puheen- vuoroja kotimaisen kaunokirjallisuuden luomisen ja lukemisen ehdoista 2000-luvulla* Tampere: Tampere University Press, 13–24.
- Niemi, Juhani (toim.) (1996) *Rakkaudesta lukemiseen: suomalaisen kirjallisuusharrastuksen kehityksestä*. Helsinki: Yliopistopaino.
- Nikunen, Kaarina (2005) *Faniuden aika*. Tampere: Tampere University Press.
- Noppiari, Elina, Niina Uusitalo, Reijo Kupiainen & Heikki Luostarinen (2008) ”Mä oon nyt online!” *Lasten mediaympäristö muutoksessa*. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Nurmi, Olli (2011) *State of the art and future visions for eReading*. NextMedia-raportteja. VTT: Helsinki. [Http://virtual.vtt.fi/virtual/nextmedia/Deliverables-2010/D1.1.4.2_D1.1.4.3_D1.1.4.4%20eReading](http://virtual.vtt.fi/virtual/nextmedia/Deliverables-2010/D1.1.4.2_D1.1.4.3_D1.1.4.4%20eReading)

- Media_Use,%20Experience%20and%20Adoption.pdf (haettu 15.8.2012).
- Olsen, Bjørnar (2010) *In Defense of Things*. Blue Ridge Summit, PA: Rowman & Littlefield Publishing Group.
- Pagliassotti, Dru (2008) *Beyond the Book: Contemporary Cultures of Reading*. Guest Editorial Introduction. *Particip@tions* 5:2, [Http://www.participations.org/Volume%205/Issue%202/5_02_editorial_special.htm](http://www.participations.org/Volume%205/Issue%202/5_02_editorial_special.htm) (haettu 27.3.2012).
- Pahajoki, Juho (2011) Tuoreen opettajan ajatuksia tietotekniikan käytöstä ammatillisessa opetuksessa. Teoksessa Kimmo Suomi & Katriina Kajannes (toim.) *Ymmärrys hoi!: Kirja, läppäri ja muuttuva oppiminen*. Joensuu: Kustannusosakeyhtiö Hai, 86–89.
- Parlette, Melanie & Vivian Howard (2010) Pleasure Reading Among First-Year University Students. *Evidence based library and information practice* 5:4, 53–69.
- Peteri, Virve (2006) *Mediaksi kotiin. Tutkimus teknologioiden kotouttamisesta*. Tampere: Tampere University Press.
- Pietilä, Antti-Pekka (2007) *Uutisista viihdettä, viihdestä uutisia. Median muodonmuutos*. Helsinki: Art House.
- Platon (1981 [n. 300 eaa]) *Teokset 4. osa: Valtio*. Suom. Marja Itkonen-Kaila. Helsinki: Otava.
- Prensky, Marc (2001) Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon* 9:5. [Http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf](http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf) (haettu 26.3.2012).
- Purhonen, Semi (2007) *Sukupolvien ongelma. Tutkielmia sukupolven käsitteestä, sukupolvitietoisuudesta ja suurista ikäluokista*. Helsinki: Helsingin yliopisto.
- Radway, Janice (1984) *Reading the Romance*. Chapel Hill: The University of North Carolina Press.
- Rheingold, Howard (1993) *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. [Http://www.rheingold.com/vc/book/intro.html](http://www.rheingold.com/vc/book/intro.html) (haettu 27.3.2012).
- Ridell, Seija (2011) *Elämää Facebookin ihmemaassa*. Tampere: Tampereen yliopisto/CMT.
- Rideout, Victoria, Ulla G. Foehr & Donald F. Roberts (2010) *Generation M²: Media in the Lives of 8- to 18-Year-Olds*. The Henry J. Kaiser Family Foundation. [Http://www.kff.org/entmedia/upload/8010.pdf](http://www.kff.org/entmedia/upload/8010.pdf) (haettu: 26.3.2012).
- Roe, Astrid & Karin Taube (2012) “To read or not to read – that is the question”: Reading engagement and reading habits in a gender perspective. Teoksessa Nils Egelund (toim.) *Northern Lights on PISA 2009 – focus on reading*. Copenhagen Publisher: Nordic Council of Ministers, 45–74.

- Roos, Jeja-Pekka (1987) *Suomalainen elämä. Tutkimus tavallisten suomalaisten elämäkerroista*. Helsinki: SKS.
- Rowlands Ian, David Nicholas, Hamid R. Jamali & Paul Huntington (2007) What do faculty and students really think about e-books? *Aslib Proceedings* 59:6, 489–511.
- Saarikoski, Petri, Jaakko Suominen, Riikka Turtiainen & Sari Östman (2009) *Funetista Facebookiin: Internetin kulttuurihistoria*. Helsinki: Gaudeamus.
- Saarinen, Lauri, Juri Joensuu & Raine Koskimaa (2001) *Kirja 2010: Kirjallalan kehitystrendit*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Sauri, Tuomo (2011) *Joukkoviestintämarkkinat 2010*. Helsinki: Tilastokeskus. [Http://tilastokeskus.fi/til/jvie/2010/jvie_2010_2011-12-16_tie_001_fi.html](http://tilastokeskus.fi/til/jvie/2010/jvie_2010_2011-12-16_tie_001_fi.html) (haettu 15.5.2012).
- Shabani, Ahmad, Fatemeh Naderikharaji & Mohammad Reza Abedi (2011) Reading behavior in digital environments among higher education students: Analysis of demographic factors in Iran. *Library Review* 60:8, 645–657.
- Shaikh, Dawn & Barbara Chaparro (2004) A survey of online reading habits of internet users. *Proceedings of the human factors and ergonomics society 48th annual meeting—2004*. [Http://pro.sagepub.com/content/48/5/875](http://pro.sagepub.com/content/48/5/875) (haettu 9.8.2012).
- Sheorey, Ravi & Kouider Mokhtari (1994) The reading habits of developmental college students at different levels of reading proficiency. *Reading Improvement* 31:3, 156–166.
- Shin, Dong-Hee (2011) Understanding e-book users: Uses and gratification expectancy model. *New Media & Society* 13:2, 260–278.
- Sihvonen, Tanja (2006) Representaatio/simulaatio. Esityksestä toimintaan ja takaisin. Teoksessa Seija Ridell, Pasi Väliäho & Tanja Sihvonen (toim.) *Mediaa käsittämässä*. Tampere: Vastapaino, 129–152.
- Simola, Jaana (2011) *Investigating online reading with eye tracking and EEG: The influence of text format, reading task and parafoveal stimuli on reading processes*. University of Helsinki: Helsinki. [Https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/28226/investig.pdf?sequence=1](https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/28226/investig.pdf?sequence=1) (haettu 15.8.2012).
- Slywotzky, Adrian (2011) *Demand: Creating What People Love Before They Know They Want It*. New York: Crown Business.
- Suhonen, Pertti (2010) *RISC Monitor -tutkimuksen menetelmistä ja niiden ongelmista*. Tampere: Tampereen yliopisto. [Http://tampub.uta.fi/tiedotusoppi/978-951-44-8154-3.pdf](http://tampub.uta.fi/tiedotusoppi/978-951-44-8154-3.pdf) (haettu 11.5.2012).
- Sulkunen, Sari (2012) Suomalaisnuorten lukutaidon ja lukuharrastuksen muuttuminen vuodesta 2000. Teoksessa Sari Sulkunen & Jouni Välijärvi (toim.) *PISA09. Kestääkö osaamisen pohja?* Opetus- ja kulttuurimi-

- nisteriö: Helsinki. [Http://www.minedu.fi/OPM/Julkaisut/2012/PI-SA09.html](http://www.minedu.fi/OPM/Julkaisut/2012/PI-SA09.html) (haettu 14.8.2012), 12–32.
- Sulkunen, Sari (2011) Suomalaisten lukutaito – ilon ja huolen aiheita. Teoksessa Kimmo Suomi & Katriina Kajannes (toim.) *Ymmärrys hoi! Kirja, läppäri ja muuttuva oppiminen*. Joensuu: Kustannusosakeyhtiö Hai, 42–45.
- Sumiala, Johanna (2010) *Median rituaalit: johdatus media-antropologiaan*. Tampere: Vastapaino.
- Taalas, Saara & Irma Hirsjärvi (2008) Fanit ja seuraajat. Tieteiskirjallisuuden kuluttamisen organisoituminen. Teoksessa Kaarina Nikunen (toim.) *Fanikirja. Tutkimuksia nykyculttuurin fani-ilmiöistä*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, 200–224.
- Tapscott, Don (2010 [1998]) *Syntynyt digiaikaan*. Suom. Timo Hautala. Helsinki: WSOYpro/Docendo.
- Tapscott, Don & Anthony D. Williams (2008) *Wicinomics: How Mass Collaboration Changes Everything*. London: Portfolio.
- Tenopir, Carol, Donald W. King, Sheri Edwards, Lei Wu (2009) Electronic journals and changes in scholarly article seeking and reading patterns. *Aslib Proceedings* 61:1, 5–32.
- Tieto- ja viestintätekniikan käyttö (2011) *Internetin käyttö kodin ja työpaikan ulkopuolella yleistyy*. [Http://www.stat.fi/til/sutivi/2011/sutivi_2011_2011-11-02_tie_001_fi.html](http://www.stat.fi/til/sutivi/2011/sutivi_2011_2011-11-02_tie_001_fi.html) (haettu 15.5.2012).
- Tieto- ja viestintätekniikan käyttö (2010) *Tieto- ja viestintätekniikan käyttö Suomessa*. Helsinki: Tilastokeskus. [Http://www.stat.fi/til/sutivi/index.html](http://www.stat.fi/til/sutivi/index.html) (haettu 25.3.2012).
- Tilastokeskus (2012) *Joukkoviestimet 2011*. Helsinki: Tilastokeskus.
- Tilastokeskus (2011) Suomen virallinen tilasto (SVT): Joukkoviestimet 2011. Helsinki: Tilastokeskus. [Http://www.stat.fi/til/jvie/2011/jvie_2011_2012-05-24_tie_001_fi.html](http://www.stat.fi/til/jvie/2011/jvie_2011_2012-05-24_tie_001_fi.html) (haettu 9.8.2012).
- Tilastokeskus (2010) *Joukkoviestimet 2009*. Helsinki: Tilastokeskus.
- Tilastokeskus (2009) Suomen virallinen tilasto (SVT): Ajankäyttötutkimus. Helsinki: Tilastokeskus. [Http://www.stat.fi/til/akay/2009/](http://www.stat.fi/til/akay/2009/) (haettu 16.4.2012).
- Tilastokeskus (2002) *Joukkoviestimet 2001*. Helsinki: Tilastokeskus.
- Tokan, Fatih, Pekka Mattila & Antti Sihvonen (2012) *Media as Multitasking: Rise of Media Simultaneity*. NextMedia-raportteja. Aalto-yliopisto: Helsinki. [Http://virtual.vtt.fi/virtual/nextmedia/Deliverables-2011/D1.4.1.4_MOBIME_Media%20as%20multitasking-Rise%20of%20Media%20Simultaneity.pdf](http://virtual.vtt.fi/virtual/nextmedia/Deliverables-2011/D1.4.1.4_MOBIME_Media%20as%20multitasking-Rise%20of%20Media%20Simultaneity.pdf) (haettu 15.8.2012).
- Tuominen, Marja (1991) *”Me ollaan kaikki sotilaitten lapsia.” Sukupolvihegemonian kriisi suomalaisessa kulttuurissa*. Helsinki: Otava.
- Turkle, Sherry (1996) *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. London: Weidenfeld & Nicolson.

- Turner, Victor (2007 [1969]) *Rituaali. Rakenne ja communitas*. Suom. Maarit Forde. Helsinki: Summa.
- Tönnies, Ferdinand (2002 [1887]) *Community and Society*. Mineola: Dover Publications.
- Töyry, Maija (2005) *Varhaiset naistenlehdet ja naisten elämän ristiriidat: neuvotteluja lukijasopimuksesta*. Helsinki: Helsingin yliopisto.
- UCL (2008) University College London CIBER Project, *Information Behaviour of the Researcher of the Future: A CIBER briefing paper* (January 11, 2008), 19. [Http://www.jisc.ac.uk/media/documents/programmes/reppres/gg_final_keynote_11012008.pdf](http://www.jisc.ac.uk/media/documents/programmes/reppres/gg_final_keynote_11012008.pdf) (haettu 13.8.2012).
- Valaskivi, Katja (2008) "Everything is there" – Internet in the lives of Japanese popular culture fans in Finland. Teoksessa Sonja Kangas (toim.) *Digital Pioneers. Cultural drivers of future media culture*. Helsinki: Nuoristutkimusseura, 129–140.
- Waller, Gregor (2012) *Market Development of Digital Reading Devices*. [Http://www.vkl.fi/files/1933/Gregor_Waller_Helsinki_Digital_Reading_Devices_final.pdf](http://www.vkl.fi/files/1933/Gregor_Waller_Helsinki_Digital_Reading_Devices_final.pdf) (haettu 25.3.2012).
- Wallis, Claudia (2006) genM: The multitasking generation. *Time* 27.3.2006. [Http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1174696,00.html](http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1174696,00.html) (haettu 27.3.2012).
- Wellman, Barry & Caroline Haythornthwaite (2002) Introduction. Teoksessa Barry Wellman & Caroline Haythornthwaite (toim.) *The Internet in Everyday Life*. Malden (Mass.): Blackwell, 3–41.
- Wellman, Barry & Milena Gulia (1999) Net surfers don't ride alone: Virtual communities as communities. Teoksessa Barry Wellman (toim.) *Networks in the Global Village*. Boulder, CO: Westview, 331–366.
- Wikström, Ville (2012) Mobile Life: Älypuhelimet valtaavat suomalaisten taskuja. Lehdistötiedote 30.5.2012. TNS Gallup: Helsinki. [Http://www.tns-gallup.fi/uutiset.php?aid=14815&k=14320](http://www.tns-gallup.fi/uutiset.php?aid=14815&k=14320) (haettu 15.8.2012).
- Williams, Bronwyn T. (2004) "A puzzle to the rest of us": Who is a "reader" anyway? *Journal of Adolescent & Adult Literacy* 47:8, 686–689.
- Winston, Brian (1998) *Media Technology and Society. A History: From the Telegraph to the Internet*. New York: Routledge.
- Östman, Sari (2009) Onko netille aikaa? Teoksessa Petri Saarikoski, Jaakko Suominen, Riikka Turtiainen & Sari Östman (toim.) *Funetista Facebookiin: Internetin kulttuurihistoria*. Helsinki: Gaudeamus, 157–192.

8. LIITTEET

Taulukko 8.1 Kyselytutkimuksen vastaajat (N=323)

Ikä	Nainen	Mies	Yliopistot	Lukiot	TAMK	Muut
Alle 20 v	54	34	-	85	-	3
20–24 v	108	45	134	7	8	4
25–29 v	35	17	46	2	4	-
Yli 30 v	15	15	24	4	2	-
Yhteensä	212	111	204	98	14	7

Kuvio 8.1 Kyselyn vastaajat opiskelualoittain (N=323)

